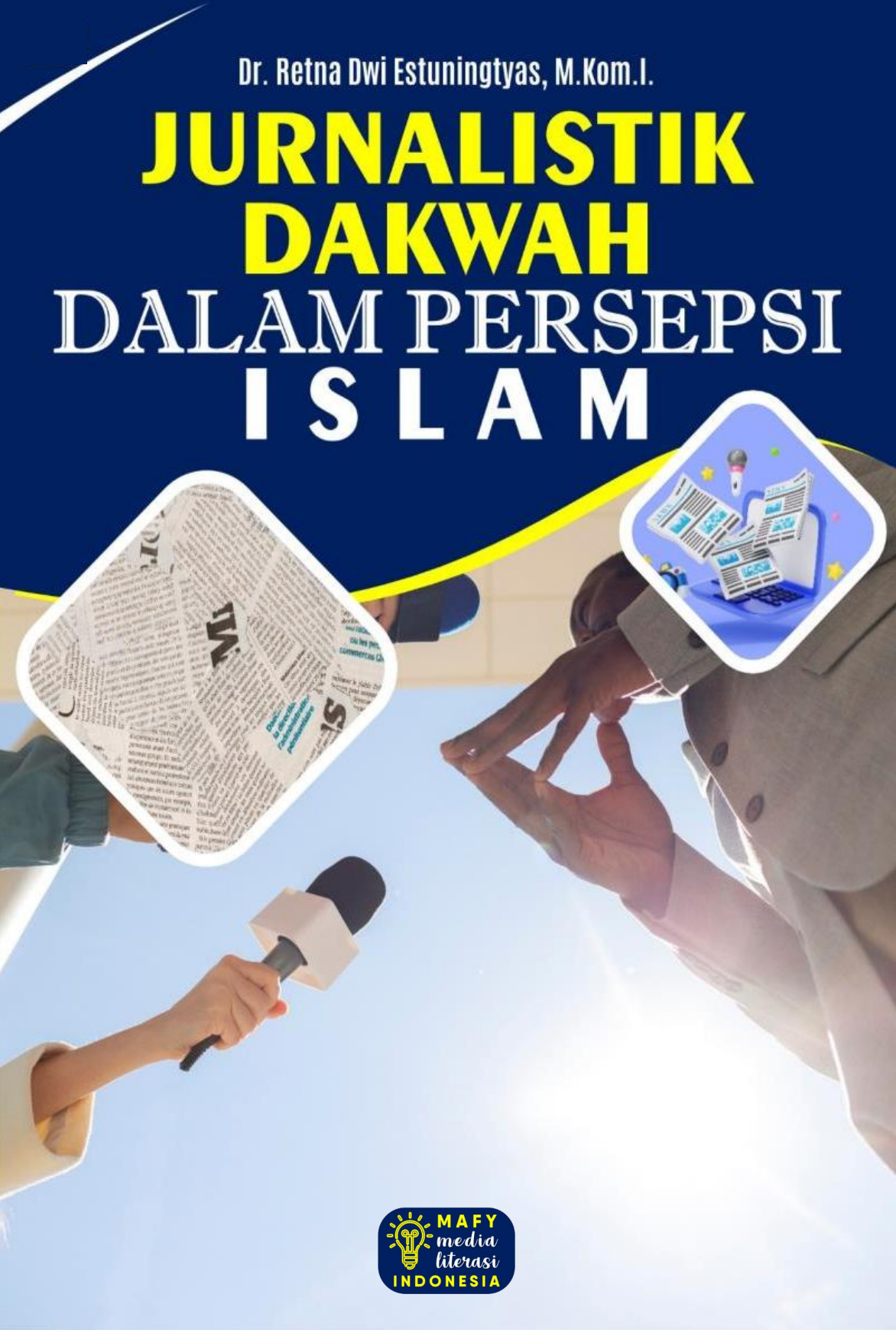
Dr. Retna Dwi Estuningtyas, M.Kom.I.

JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM



MAFY media literasi INDONESIA

Tempat Berpadunya Ilmu & Agama

GOOD TO GREAT

JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM

UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

i. penggunaan kutipan singkat ciptaan dan/atau produk hak terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
ii. penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
iii. penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu ciptaan dan/atau produk hak terkait dapat digunakan tanpa izin pelaku pertunjukan, produser fonogram, atau lembaga penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM

Dr. Retna Dwi Estuningtyas, M.Kom.I.

MAFY media literasi INDONESIA

JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM

Penulis:
Dr. Retna Dwi Estuningtyas, M.Kom.I.

Editor:
Yahya Alhidayah

Tata Letak:
Ara Caraka

Desain Cover:
Mafy Media

Sumber Gambar Cover:
Freepick.com

Ukuran:
xiv, 264 hlm., 15,5 cm x 23 cm

ISBN:
978-623-8575-69-5

Cetakan Pertama:
April 2024

Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA
ANGGOTA IKAPI 041/SBA/2023
Kota Solok, Sumatera Barat, Kode Pos 27312
Kontak: 081374311814
Website: www.penerbitmafy.com
E-mail: penerbitmafy@gmail.com

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **vii**
PRAKATA ..... **xiii**
BAB I DAKWAH ISLAM **1**
BAB II JURNALISTIK **9**
A. Pengertian Jurnalistik 9
B. Bentuk-Bentuk Jurnalistik 18
C. Unsur-Unsur dalam Jurnalistik 20
D. Ciri-Ciri Jurnalistik 22
E. Produk Jurnalistik 23
F. Kode Etik Profesi Jurnalistik 26
G. Sembilan Elemen Jurnalistik 32
H. Fungsi Jurnalistik 36
I. Prinsip Jurnalistik 38
BAB III DAKWAH **40**
A. Pengertian Dakwah Secara Etimologi 40
B. Pengertian Dakwah Secara Terminologi 43
C. Tujuan Dakwah 46
D. Unsur Dakwah 48
BAB IV JURNALISTIK DAKWAH **58**
A. Pengertian Jurnalistik Dakwah 58
B. Ruang Lingkup Jurnalistik Dakwah 65
C. Dasar-Dasar Jurnalistik Dakwah 66
D. Kode Etik Jurnalistik Dakwah 70
BAB V PERSEPSI **84**
A. Teori Persepsi 84
B. Proses Terjadinya Persepsi 87
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi 88
D. Aspek-Aspek Persepsi 91

BAB VI ISLAM 93
A. Pengertian Islam 93
B. Garis Besar dan Sistematika Ajaran Islam 97
C. Universalitas Islam 102
D. Ciri Khas/Karakteristik Ajaran Islam 103
E. Sumber Ajaran Islam 107
BAB VII PERSEPSI ISLAM 124
BAB VIII MASYARAKAT INDONESIA 126
A. Masyarakat 126
B. Indonesia 134
C. Masyarakat Indonesia 142
BAB IX KONSEP JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM 146
A. Jurnalistik Islami Rintisan Nabi Muhammad SAW 146
B. Jurnalis Sebagai Dai 156
C. Hubungan Dakwah Dan Jurnalistik Islam 168
D. Konsep Jurnalisme Dakwah Dalam Mencegah Tindak Korupsi 184
E. Jurnalistik Dakwah Dalam Kemasan Beragam Media Di Indonesia 202
F. Strategi Jurnalistik Dakwah Pada Kalangan Milenial Di Era Modernisasi 223
DAFTAR PUSTAKA 240
PROFIL PENULIS 264

KATA PENGANTAR

Setelah membaca konsep dari buku Jurnalistik Dakwah dalam Persepsi Islam yang ditulis oleh Ibu Retna saya berpendapat sebuah keniscayaan apabila buku ini menjadi salah satu referensi dan panduan baik bagi dosen pengajar ilmu dakwah maupun pendakwah di dalam menyampaikan risalah, karena di dalamnya termaktub bagaimana kita gunakan cara dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan metode kekinian sehingga sebuah keniscayaan juga apabila sahabat-sahabat maupun rekan-rekan dosen mengambil buku ini sebagai salah satu referensinya.

Ke depan perkembangan ilmu komunikasi tentu akan sejalan dengan teknologi dan perkembangan kehidupan manusia, maka dengan melihat apa yang sudah ditulis bu Retna ini juga menjadi satu prediksi bagaimana satu system komunikasi akan terbentuk terjalin sehubungan dengan waktu. Semua akan menjadi konsep linear dalam ilmu dakwah dan ini akan memudahkan bagaimana konsep-konsep dakwah yang lebih mengena pada masyarakat.

Dr. H. Edy Haryanto, M.H.
Ketua Yayasan
Pembina Pendidikan Ibnu Chaldun (YPIC) Jakarta

KATA PENGANTAR

Jurnalisme sejatinya dakwah karena dia seharusnya menyampaikan kebenaran, amar ma-ruf nahi munkar. Jurnalisme sejatinya bersifat profetik, mengandung nilai kenabian, karena dia semestinya mengabarkan kebaikan.

Dengan demikian, jurnalisme kiranya tidak memerlukan label-label semisal jurnalisme Islam, jurnalisme islami, jurnalisme dakwah, jurnalisne profetik, dan sejenisnya. Jurnalisme ya jurnalisme yang di dalamnya terkandung penyampaian kebenaran. Jurnalisme hanya boleh dikasih embel-embel teknis atau cara-cara peliputan atau genre, misalnya jurnalisme investigasi, jurnalisme keberagaman, jurnalisme damai, jurnalisme televisi, jurnalisme foto, dan sejenisnya.

Apalagi, bila diberi embel-embel kata 'dakwah' di belakang kata "jurnalisme, hal ini akan membawa problem terminologis tersendiri. Pandangan umum mengidentikkan dakwah dengan Islam. Padahal, dakwah juga dilakukan agama lain, sekurang-kurangnya Kristen. Para pakar perbandingan agama menyebut Islam dan Kristen sebagai agama dakwah.

Dakwah dalam konteks agama, bukan hanya dalam pengertian menyampaikan kebenaran, melainkan juga mengajak orang memeluk agama kita. Apakah jurnalisme dakwah ialah jurnalisme yang bukan sekadar menyampaikan kebenaran, melainkan, lebih dari itu, juga mengajak audiens memeluk atau berpindah ke suatu agama?

Itulah sebabnya untuk menghindari kerancuan terminologis tidak direkomendasi menggunakan label-label tertentu, apalagi label agama yang mengandung tingkat sensitivitas tertentu. Bahwa jurnalisme menyampaikan

kebenaran, itu bersifat universal dan bersifat dengan sendirinya. Memberi label tertentu hanya menambah beban jurnalisme.

Filsuf Friedrich Nietzsche mengatakan tiada fakta, yang ada persepsi. Bahwa jurnalisme sejatinya dakwah dan profetis ialah persepsi umum, persepsi ideal. Itu artinya bisa saja jurnalisme tidak sepenuhnya mengabarkan kebenaran, tidak menjalankan misi dakwah, tidak bersifat profetik, terlebih di era digital dewasa ini.

Itu artinya sah belaka bila orang meneliti jurnalisme dakwah dalam persepsi tertentu, yang dalam hal ini persepsi Islam. Dikatakan sah karena dia bersifat subjektif, karenanya juga bersifat relatif, tidak absolut. Yang kita khawatirkan karena labelnya berbau agama, persepsi itu bersifat mutlak, bahwa jurnalisme wajib hukumnya melakukan ini dan itu. Bila persepsi Islam tentang jurnalisme dakwah bersifat mutlak, jurnalisme sungguh-sungguh terbebani dengan berbagai kewajiban.

Kemutlakan atau kewajiban itu pernah membebani Republika yang mendapat label pers Islam. Sebagai pers Islam, Republika harus, mutlak, wajib, mempromosikan Islam. Oleh karena itu, ketika Republika meresensi film bertema Natal berjudul "Jingle All The Way", pembaca muslim mengecamnya.

Label dakwah dalam jurnalisme dakwah terang benderang mengandung makna Islam. Dikaitkan dengan relativitas persepsi, ada sejumlah pertanyaan mengemuka. Apakah jurnalisme dakwah harus dilakoni jurnalis muslim? Apakah jurnalisme dakwah harus dilakoni pers Islam? Apakah konten jurnalisme dakwa harus melulu islami? Semoga buku ini bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Dr. Usman Kansong, S.Sos., M.Si.
Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

KATA PENGANTAR

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Beragam media komunikasi bersaing dalam memberikan informasi tanpa batas. Dunia berubah, bergulir dalam proses revolusi informasi dan komunikasi dan melahirkan peradaban baru, yang akhirnya mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Hal ini menyebabkan perubahan dalam masyarakat yang sangat bergantung pada teknologi.

Dakwah Islam dalam perkembangannya mengalami dinamika yang beragam. Dakwah saat ini juga memanfaatkan penggunaan media informasi dan komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwah. Penggunaan media informasi dan komunikasi ini diharapkan dapat lebih meluas dan pesan dakwah dapat dinikmati oleh banyak orang dimanapun berada.

Pelaku dakwah saat ini banyak memanfaatkan seluruh media yang ada dalam pelaksanaan kegiatan dakwah, khususnya media massa. Dalam hal ini pemanfaatan dengan dunia jurnalistik dirasakan sangat signifikan dan membawa dampak besar dalam penyampaian pesan dakwah Islam.

Jurnalistik yang kita tahu menggunakan kode etik dalam penyampaian berita maupun pelaksanaan tugas-tugas di lapangannya diharapkan akan menghasilkan pemberitaan yang berimbang, menyuarakan kebenaran dan benar-benar kredibel dalam pemberitaan dan dapat dipertanggungjwabkan.

Buku tentang jurnalistik dakwah dalam persepsi Islam ini tentunya membawa atmosfir baru dalam dunia jurnalistik secara umum dan dakwah Islam pada khususnya. Tentunya buku ini dapat menjadi panduan bagi pelaku dakwah di dunia kekinian dengan pemanfaatan media massa dalam menyampaikan

dakwahnya. Selain itu menjadi khazanah pengetahuan baru dalam bidang dakwah.

Dr. Rahmah Marsinah, S.H., M.M., M.H.
Rektor Universitas Ibnu Chaldun

KATA PENGANTAR

Dalam keragaman yang melukis panorama sosial dan keagamaan Indonesia, dakwah Islam berdiri sebagai pilar yang menopang dinamika interaksi antarbudaya serta pembentukan identitas keislaman. Judul "Dakwah dalam Persepsi Islam serta Implementasinya pada Masyarakat Indonesia" mengajak kita untuk menyelami lebih dalam tentang bagaimana dakwah, dengan segala kekayaan makna dan metodenya, diresapi dan diterapkan oleh umat Islam di negeri ini. Studi ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana dakwah berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyebarkan ajaran Islam, sekaligus sebagai jembatan yang menghubungkan nilai-nilai Islam dengan konteks sosial dan budaya lokal yang unik.

Dalam perjalanannya, dakwah tidak hanya menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan yang relevan dan resonan, tapi juga dalam mengadaptasi pendekatan yang sesuai dengan keragaman pemahaman dan praktik keagamaan di Indonesia. Penelitian ini akan mengkaji berbagai strategi dakwah, dari yang tradisional hingga modern, serta dampaknya terhadap pembentukan persepsi dan praktik keislaman di tengah masyarakat. Diharapkan, melalui penelitian ini, kita dapat memahami lebih luas lagi spektrum dakwah dalam mengakomodasi keberagaman, serta perannya dalam membentuk masyarakat Indonesia yang harmonis dan inklusif.

Abdul Hamid, Lc., M.Kom.I., Ph.D.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam As-Syafi'iyah

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan Allah SWT, berkat limpahan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan buku referensi dengan judul, "JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM" ini.

Selama ini dakwah hanya dipahami sebatas tabligh dan pengajian, baik di Masjid, Mushala, Majelis Taklim, dan lain sebagainya. Padahal secara teoritis, dakwah memiliki pengertian luas dengan cakupan objek yang sangat luas pula. Dalam konsep dakwah, secara teoritis bentuk dakwah terbagi pada tiga bagian besar dengan pendekatan yang sesuai dengan obyek dakwah tersebut. Ada dakwah bil lisan, yakni penyampaian pesan atau ajaran Islam melalui media masa dan media sosial seperti koran, majalah, bulletin, facebook, whatsaap, instagram, televisi, radio, dan lain sebagainya. Dan ada pula yang disebut dakwah bil hal yakni dakwah yang mampu memberdayakan masyarakat melaui potensi yang dimilikinya.

Dalam dunia jurnaistik, ada yang dikenal terbaru yaitu jurnalistik Islam atau jurnalistik dakwah. Adapun kegiatannya tentu tidak jauh berbeda dengan jurnalistik yang umumnya kita kenal. Jurnalistik islami atau jurnalistik dakwah sendiri adalah proses meliput, mengolah dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari Alquran dan Sunnah. Jurnalistik Islami memiliki peluang strategis membangun opini masyarakat yang berorientasi pada pemberitaan tentang ajaran AlQuran dan Sunnah sebagai sumber stimulus memperbaiki akidah, syariah dan akhlak. Ini menjadi peluang bagi jurnalis Islam dalam pengembangan dakwah masa depan.

Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam proses penyelesaian buku ini. Kepada keluarga, rekan dan seluruh tim Penerbit PT Mafy Media Literasi Indonesia yang telah melakukan proses penerbitan, cetak, dan distributor terhadap buku kami, penulis haturkan terima kasih.

Penulis menanti saran konstruktif untuk perbaikan dan peningkatan pada masa mendatang. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi dan khazanah informasi. Sebagaimana peribahasa tak ada gading nan tak retak, mohon dimaafkan segala kekeliruan yang ada pada terbitan ini. Segala kritik dan saran, tentu akan diterima dengan tangan terbuka. Harapan penulis, semoga buku ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Jangan takut untuk menulis, dengan menulis kita bisa menuangkan asa-asa kita selama ini terpendam menjadi otentik bukan khayalan berkelanjutan tanpa ada realisasinya.

Penulis
Dr. Retna Dwi Estuningtyas, M.Kom.I.

BAB I
DAKWAH ISLAM

Dunia saat ini sudah semakin maju dan berubah. Perubahan dalam segala hal terjadi, juga dalam bidang teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Saat ini proses revolusi informasi dan komunikasi melahirkan peradaban baru, imbasnya adalah mempermudah manusia saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Hal ini mengakibatkan masyarakat berubah menjadi sangat bergantung pada teknologi. Seperti halnya dalam usaha penyebaran Islam, para *da'i* melakukan berbagai cara dan bermacam media.

Dakwah Islam dalam perkembangannya sendiri mengalami dinamika yang beragam, baik yang ditentukan oleh subyek dakwah (*da'i*) maupun realitas obyek (*mad'u*) Gerakan dakwah saat ini dan yang akan datang dihadapkan pada kondisi social yang berkembang sehingga secara otomatis menuntut pola pengembangan gerakan dakwah yang sistematis, baik secara teoritis maupun secara aplikatif.

Selama ini dakwah hanya dipahami sebatas tabligh dan pengajian, baik di Masjid, Mushala, Majelis Taklim, dan lain sebagainya. Padahal secara teoritis, dakwah memiliki pengertian luas dengan cakupan objek yang sangat luas pula. Dalam konsep dakwah, secara teoritis bentuk dakwah terbagi pada tiga bagian besar dengan pendekatan yang sesuai dengan obyek dakwah tersebut. Ada dakwah bil lisan, yakni penyampaian pesan atau ajaran Islam melalui media masa dan media sosial seperti koran, majalah, bulletin, facebook, whatsaap, instagram, televisi, radio, dan lain sebagainya. Dan ada pula yang disebut dakwah *bil hal* yakni dakwah yang mampu memberdayakan masyarakat melaui potensi yang dimilikinya.

Berdasarkan ayat-ayat AlQuran dan Hadist yang ada, seluruh ulama sepakat bahwa hukum dakwah adalah wajib, meski masih menjadi perdebatan adalah kewajiban itu setiap individu (*fardhu ain*) atau sekelompok (*fardhu kifayah*). Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Karena dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh umat manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang membawa kehancuran. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang dipikirkan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah diwajibkan bagi setiap pengikutnya.

Dakwah merupakan salah satu hal penting bagi umat Islam, di saat manusia modem dilanda dekadensi moral, spiritualitas yang gersang, akhlak yang semakin rapuh, korupsi dan manipulasi yang merajalela, ketimpangan dan jurang sosial yang semakin lebar, kerusuhan, serta krisis kemanusiaan yang lainnya.akan tetapi ironis, saat ini ranah dakwah hanya berputar-putar pada bentuk/metode dakwah melalui mimbar (*bil khitabah*) dan sedikit saja dakwah melalui aplikasi ajaran dalam kehidupan yang nyata (*dakwah bil hal*). Sementara masih sangat jarang pemberdayaan dakwah melalui tulisan (*dakwah bil qalam*) pada media cetak khususnya, kecuali dilakukan oleh segelintir orang saja. Padahal, efektifitas dakwah melalui tulisan sangat baik saat ini dibanding dakwah melalui mimbar, di mana manusia modern sudah semakin sulit untuk menyiapkan waktu mendengarkan ceramah agama atau dakwah mimbar.

Dakwah dengan tulisan bisa saja menjadi sebuah kekuatan Islam untuk meningkatkan pengetahuan dan pengamalan umat tentang kompleksitas ajaran. Berdakwah melalui tulisan dapat juga menjadi “pedang jihad" dalam melawan musuh-musuh

Islam. Melalui aktifitas jurnalis, komunikator dapat mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku ke arah yang diinginkan.

Jurnalistik sendiri adalah seni dan keterampilan dalam mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya.

Dalam dunia jurnalistik, ada yang dikenal terbaru yaitu jurnalistik Islam atau jurnalistik dakwah. Adapun kegiatannya tentu tidak jauh berbeda dengan jurnalistik yang umumnya kita kenal. Definisi jurnalistik, menurut literatur memang banyak. Para tokoh komunikasi atau tokoh jurnalistik mendefinisikannya berbeda-beda, banyak teori yang kita dapatkan, tetapi pada hakikatnya sama, yakni jurnalistik adalah proses membuat berita untuk khalayak atau publik. Jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputannya sampai penyebarannya kepada masyarakat, serta mengenai apa saja yang terjadi di dunia, yaitu apapun yang terjadi, baik peristiwa faktual, fakta (*fact*), maupun pendapat seseorang (opini), untuk menjadi berita kepada khalayak.

Jurnalistik islami atau jurnalistik dakwah sendiri adalah proses meliput, mengolah dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari Alquran dan Sunnah. Jurnalistik Islami memiliki peluang strategis membangun opini masyarakat yang berorientasi pada pemberitaan tentang ajaran AlQuran dan Sunnah sebagai sumber stimulus memperbaiki akidah, syariah dan akhlak. Ini menjadi peluang bagi jurnalis Islam dalam pengembangan dakwah masa depan.

Dalam kaidah jurnalistik ada kode etik yang dipatuhi, yang tentu tidak jauh berbeda denga napa yang diajarkan dalam

Islam, seperti kejujuran, kedisiplinan, menjaga amanah, klarifikasi sumber. Etika jurnalistik harus berdasarkan standar aturan perilaku dan moral yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaanya. Etika jurnalistik ini tidak hanya untuk memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan jurnalis bersangkutan tetapi juga untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari jurnalis bersangkutan.

نَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا

"Hendaklah kalian selalu berlaku jujur, karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur." (HR Bukhari).

وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِيْنَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَلَيَعْلَمَنَّ اللّٰهُ الَّذِيْنَ صَدَقُوْا وَلَيَعْلَمَنَّ الْكٰذِبِيْنَ

Dan sungguh, Kami telah menguji orang-orang sebelum mereka, maka Allah pasti mengetahui orang-orang yang benar dan pasti mengetahui orang-orang yang dusta. (QS. Al-Ankabut : 3).

Lebih lanjut yang dipahami bersama tentang jurnalistik dakwah, adalah tidak jauh dari mensuarakan dakwah atau bentuk dakwah dalam bentuk tulisan atau siaran lainnya, dengan memanfaatkan media massa yang ada. Pada dasarnya dakwah merupakan suatu seruan/ajakan *amar ma'ruf nahi munkar* menuju jalan Tuhan. Sebagai penyeru dakwah, *da'i* dapat melakukan kegiatan dakwah lewat beragam cara. Ragam cara

tersebut jika dikompilasikan terdapat *dakwah bi al-lisan, dakwah bi al-arkan*, dan *dakwah bi al-qolam*.

Dari beberapa ragam cara tersebut cukuplah urgen jika dikaitkan dengan kegiatan jurnalistik. Dari sini kegiatan jurnalistik tidak semata-mata hanya sepintas lalu seperti kegiatan jurnalistik secara umumnya, tetapi kegiatan jurnalistik ini dapat menjadi penunjang kegiatan dakwah. Terdapat misi-misi dakwah yang sengaja dibuat dalam kerangka untuk mengajak umat Islam (berdakwah) untuk tetap dalam jalan Tuhan.

Sudah sejatinya dalam berdakwah itu dilakukan tidak cenderung yang hanya bersifat manual semata. Tetapi juga harus melihat perkembangan zaman yang ada. Berkaitan dengan ini, hasil rekayasa teknologi pun menjadi untuk digunakan. Dalam kaitannya dengan jurnalistik, tidak bisa dipungkiri bahwa kekuatan jurnalistik, dengan perantara media massa sebagai salah satu hasil rekayasa teknologi, memiliki pengaruh yang begitu signifikan terhadap masyarakat. Hal ini mengingat bahwa kecenderungan masyarakat yang "buta teknologi" semakin minim. Maka, dakwah dengan memanfaatkan dunia jurnalistik adalah niscaya.

Kajian tentang jurnalistik dakwah, memang diakui relatif masih baru atau sebut saja masih balita. Hal ini disebabkan karena disiplin ilmu jurnalistik dakwah juga relatif masih sangat baru. Setidaknya ada dua hal yang harus diklarifikasi sebelum masuk pada pembahasan. Pertama, kata Jurnalitik dalam terminologi "jurnalistik dakwah" berfungsi sebagai kata sifat sehingga bisa dipahami bahwa kegiatan dakwah yang dimaksud adalah bersifat atau melalui media jurnalistik. Kedua, oleh karena jurnalistik bagian dari komunikasi maka metode penelitian "jurnalistik dakwah" dalam tulisan ini akan meminjam metode (model) penelitian yang biasa dipakai dalam ilmu komunikasi. Hal ini tidaklah tabu karena dakwah itu sendiri sangat erat kaitannya dengan komunikasi, bahkan

boleh dikatakan sangat mirip yaitu keduanya memiliki pengertian suatu kegiatan penyampaian pesan yang berimbas pada perubahan terhadap diri seseorang. Meminjam istilah Schramm, bahkan keduanya pun memenuhi syarat-syarat tertentu yang terdiri dari 3 unsur yaitu, sumber (*source*), isi pesan (*message*), dan tujuan (*destination*), yakni masing-masing keduanya memiliki gaya memikat.

Jurnalisme dakwah merupakan institusi yang berkiprah dalam kegiatan dakwah dengan menggunakan metode jurnalistik dalam pencapaian tujuannya. Proses kerjanya adalah meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari Al- Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

Dalam memberitakan atau menulis berita, tentu dipelukan kejujuran, dan itu juga sudah dicontohkan oleh Rasulullah,

عَنْ حَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ مَا حَفِظْتَ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ حَفِظْتُ مِنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دَعْ مَا يَرِيبُكَ إِلَى مَا لَا يَرِيبُكَ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الْكَذِبَ رِيبَةٌ"

Dari Hasan bin Ali RA: *Aku menghafal dari Rasulullah SAW: 'Tinggalkan yang meragukanmu kepada sesuatu yang tidak meragukanmu karena kejujuran itu ketenangan dan dusta itu keraguan,"* (H.R. Tirmidzi).

دَعْ مَا يَرِيبُكَ إِلَى مَا لاَ يَرِيبُكَ فَإِنَّ الصِّدْقَ طُمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الْكَذِبَ رِيبَةٌ

"Tinggalkanlah yang meragukanmu pada apa yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran lebih menenangkan jiwa, sedangkan dusta (menipu) akan menggelisahkan jiwa." (HR. Tirmidzi no. 2518 dan Ahmad 1/200).

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ۙ

Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar,(QS. Al-Ahzab: 70).
Dan beberapa ayat lain.

Jurnalistik dakwah (Islam) bisa dikatakan sebagai *crusade journalism*, yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, yakni nilai-nilai Islam. Jurnalistik dakwah juga sebagai pembimbing rohani & mengemban misi *'amar ma'ruf nahyi munkar*

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ اُمَّةٌ يَّدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (Q.S. Ali Imran:104).

Eksistensinya sebagai satu kekuatan untuk mendesain dakwah bercorak berita yang mampu memberikan spirit pencerahan kepada khalayak. Jurnalistik dakwah menawarkan *the idea is the message*, yaitu bagaimana nilai-nilai agama dapat dituangkan dalam bentuk pesan yang kompetitif di antara idea-idea lainnya yang juga ditawarkan kepada sasaran yang sama.

Jurnalisme dakwah pun merupakan jurnalis yang bergerak di bidang informasi dan teknologi dalam kegiataan penerbitan tulisan yang mengabdikan diri kepada nilai agama Islam. Tekanannya tentu pada media pers, baik surat kabar, majalah maupun tabloid. Karena melalui media pers, pesan dakwah itu tentu saja disampaikan melalui karya tulisan di media pers. Karya tulisan di media pers itu bisa berbentuk berita, feature, laporan, tajuk rencana, artikel, dan karya jurnalistik lainnya.

Banyak ayat-ayat AlQuran dan Hadist Rasulullah yang berkaitan dengan kegiatan jurnalistik dakwah ini. Jika sekarang ini banyak wartawan yang mahir meng-*cover* suatu berita atau

kejadian, maka di zaman Rasulluah para sahabat telah mensponsori pemberitaan mengenai diri pribadi Nabi Muhammad. Para sahabat mahir meng-*cover* berita-berita kejadian di zaman Nabi terutama menyangkut langsung kegiatan Rasulluah. Baik perbuatan (*af'al*) beliau, maupun perkataan beliau (sabda-sabda) beliau.

Berkat jasa-jasa para reporter sahabat yang dicatat oleh para ahli Hadist, ratusan ribu hadist telah berhasil ditulis. Hadist itu sendiri menurut bahasa adalah: berita, warta, khabar, kejadian. Yang dimaksud di sini adalah segala berita dan kejadian yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan demikian ilmu Hadist adalah ilmu yang mempelajari tentang berita-berita kejadian yang berhubungan dengan Nabi.

Bagaimana dengan masa sekarang? Tentu perkembangan jurnalistik dakwah tak lepas dari media. Pers, baik media cetak maupun eletronik, merupakan saluran penyebar inforamasi yang cukup efektif dan efisien. Efektif karena kekuatan daya persuainya yang mampu menembus daya rasa dan daya pikir para membaca dan pendengarnya. Efisien karena terpaannya luas, dapat menjaungkau jutaan, bahkan ratusan juta massa yang secara geografis tersebar di berbagai tempat dan suasana.

BAB II
JURNALISTIK

A. Pengertian Jurnalistik

Pakar komunikasi Barat yang banyak dijadikan rujukan oleh para ilmuwan komunikasi di Indonesia, Harold D. Laswell memaparkan tentang fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Penjagaan/pengawasan lingkungan (*survillance of the environment*);
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the environment*); dan
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of social heritage*).

Menurutnya, ada tiga kelompok yang selama ini melaksanakan ketiga fungsi tersebut. Fungsi pertama dijalankan oleh para diplomat, atase, dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan. Fungsi kedua, lebih diperankan oleh para editor, wartawan, dan juru bicara sebagai penghubung respon internal. Fungsi ketiga, dilaksanakan oleh para pendidik dalam lingkungan pendidikan formal atau informal karena terlibat dalam mewariskan adat kebiasaan, nilai-nilai dari generasi ke generasi.

William I. Gorden mengungkapkan empat kerangka fungsi komunikasi. Pertama komunikasi sosial. Dengan komunikasi manusia dapat berhubungan sosial dengan sesama manusia lainnya dalam upaya memupuk silaturahmi, membangun aktualisasi diri, menanamkan citra diri, dan bekerjasama dalam berbagai bentuk kehidupan guna mempertahan keberlangsungan hidup.

Kedua komunikasi ekspresif. Fungsi komunikasi ini berkait erat dengan komunikasi sosial. Dalam kehidupannya memupuk komunikasi sosial, manusia memiliki keinginan untuk mengungkapkan berbagai perasaan dirinya terhadap pihak lain baik sebagai individu maupun kelompok. Berbagai perasaan manusia, seperti sayang, rindu, cinta, benci, peduli, simpati, sedih, takut, marah, dan berbagai gejolak perasaan lainnya diungkapkan kepada manusia lain melalui berbagai bentuk pesan-pesan, baik verbal maupun non-verbal.

Ketiga komunikasi ritual. Manusia hidup tidak dapat melepaskan diri dari sistem kehidupan yang sudah dibentuk sebelumnya. Prosedur- prosedur kehidupan yang nyaris sebagian sudah melekat menjadi sebuah keyakinan dan keharusan dilakukan oleh manusia dalam menjalani fase-fase kehidupan. Pengungkapan berbagai perasaan sebagaimana komunikasi ekspresif dalam kontek memenuhi prosedur sistem kehidupan yang sudah diyakini, seperti pelaksanaan upacara kelahiran, ulang tahun, pernikahan, sampai pada upacara kematian merupakan bagian dari fungsi komunikasi ritual

Keempat komunikasi instrumental. Komunikasi instrumental lebih pada fungsi komunikasi untuk melakukan tindakan persuasif, yakni untuk membujuk orang atau pihak lain dengan berbagai penguatan informasi yang diberikan. Komunikasi ini bertujuan di antaranya menginformasikan, mengajarkan, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan serta perilaku atau menggerakan tindakan dan menghibur orang atau pihak lain.

Sebelum bicara mengenai Jurnalistik, kita perlu memahami sejarah perkembangan ilmu komunikasi pasca penemuan mesin cetak pada abad ke-14. Kata Jurnalistik berasal dari kata Bahasa Inggris *Journalistic* yang artinya 'mengenai kewartawanan'. Tetapi bila dikaji lebih dalam, kata Jurnalistik berasal dari kata latin *Acta Diurna* yang artinya 'catatan harian'.

Hal ini bisa dipahami bahwa kegiatan Jurnalistik pada awalnya memang bersifat harian, atau berita-berita yang dikemas dalam bentuk cetakan yang disampaikan setiap hari.

Sejarah media modern bermula dari buku cetak. Denis McQuail (1987) mengungkapkan bahwa, meskipun pada awalnya pencetakan buku merupakan penggunaan alat teknik untuk mereproduksi teks yang sama atau hampir sama, yang telah disalin dalam jumlah besar, namun upaya itu bisa disebut sebagai "revolusi". Lambat laun perkembangan buku cetak mengalami perubahan dalam segi isi –semakin bersifat sekuler dan praktis. Kemudian banyak pula karya populer –dalam wujud brosur dan pamflet politik dan agama yang ditulis dalam bahasa daerah yang ikut berperan dalam proses transformasi abad pertengahan.

Sejak ditemukan mesin cetak pada 1456 oleh Gutenberg, mulailah 'The printing Era Of Communication' yang ditandai banyaknya cetakan yang bersifat massal. Hampir dua ratus tahun setelah ditemukannya percetakan barulah sekarang ini dikenal sebagai surat kabar prototype. Surat Kabar ini dapat dibedakan dengan surat edaran, pamphlet, dan buku cerita akhir abad ke enam belas dan abad ke tujuh belas. Pada kenyataannya terbukti bahwa 'surat'-lah merupakan bentuk awal dari surat kabar bukan lembaran yang berbentuk buku. Surat edaran disebarkan melalui pelayanan pos yang belumsempurna dan berperan utama menyebarkan berita menyangkut peristiwa yang ada hubungannya dengan perdagangan internasional. Jadi, munculnya surat kabar merupakan pengembangan suatu kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia diplomasi dan di lingkungan dunia usaha.

Surat kabar pada masa awal ditandai lewat wujudnya yang tepat, bersifat komersial (dijual secara bebas), bertujuan banyak yakni memberi informasi, mencatat, menyajikan, periklanan, hiburan, dan desas-desus. Selain itu, surat kabar juga bersifat umum dan terbuka. Surat kabar komersial abad ketujuh

belas tidak lahir dari suatu sumber, tetapi dari gabungan kerjasama antara pihak percetakan dan pihak penerbit.

Ragam surat kabar resmi (seperti yang diterbitkan oleh raja atau pemerintah) memang memiliki sejumlah ciri khas yang sama dengan surat kabar komersial. Keduanya juga berfungsi sebagai 'terompet' pengusaha dan alat pemerintah. Bila ditelusuri kembali, akan tampak bahwa pengaruh surat kabar komersial merupakan tonggak penting dalam sejarah komunikasi. Hal ini dikarenakan sejak itu pola pelayanan beralih kepada para anggota masyarakat pembaca yang tidak dikenal (khalayak bersifat anonim) dan bukannya merupakan alat para propagandis dan raja.

Dalam konsep pengertian di atas, surat kabar memiliki kadar inovasi yang lebih tinggi daripada buku cetak (penemuan/invensi bentuk karya tulis sosial dan budaya yang baru). Meskipun demikian, pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya. Kekhususan surat kabar, jika dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya terletak pada individualisme.

Tonggak sejarah lainnya terjadi pada tahun 1833, saat pertama kalinya penyebaran media secara massal yang disebut sebagai *'penny press' newspapers* yakni *'The New York Sun*. Begitu juga pada tahun 1893, metode baru fotografi mulai dikembangkan oleh Daguerre yang akhirnya banyak memberi warna bagi surat kabar. Setelah *The Printing Era Of Communication* (mulai 1456) masuklah kemudian kita pada era telekomunikasi pada tahun 1844 hingga sekarang.

Pada tahun 1894, mulai dikembangkan teknologi pembuatan film yang ditandai dengan penayangan film pertama kalinya pada masyarakat. Beberapa tahun kemudian, yakni pada 1895, Guglielmo Marconi mulai mengenalkan cara mengirim pesan melalui perangkat radio. Radio kemudian berkembang pesat dan akhirnya pada 1920 mulai ada siaran radio di Pittsburg. Televisi muncul belakangan pada tahun 1933

ketika RCA mulai mendemonstrasikan kepada public dan televisi komersial mulai ditujukan pada publik pada tahun 1941.

Pada awalnya, jurnalistik diartikan sebagai catatan harian khususnya pada jaman Julius Caesar. Akan tetapi, kemudian berkembang pesat di mana pada tahun 1960-an muncul 'Jurnalistik baru' yakni bagaimana menyampaikan pesan atau berita menuruti gaya prosa. Pada tahun 1970-an muncul juga apa yang disebut sebagai 'jurnalistik presisi'. Jurnalistik ini lebih kepada menyusun pesan atau berita yang diolah selayaknya laporan menggunakan metode riset ilmu sosial.

Setelah computer dan internet makin memasyarakat, kemudian muncul apa yang disebut sebagai '*Cyber* jurnalistik'. Jurnalistik yang menggunakan jaringan internet dalam penyusunan dan penyebarluasan berita atau pesan.

Lalu apa sebenarnya pengertian jurnalistik itu sendiri? Ada tiga pengertian jurnalistik, yakni sebagai berikut:

1. Jurnalistik adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan dan sarana yang digunakan dalam mencari, memproses, dan menyusun berita serta ulasan mengenai berita hingga mencapai publik atau kelompok tertentu yang menaruh perhatian khusus pada hal-hal tertentu.
2. Jurnalistik adalah pengetahuan tentang penulisan, penafsiran, proses, dan penyebaran informasi umum, serta hiburan umum secara sistematik yang dapat dipercaya untuk diterbitkan.
3. Jurnalistik adalah pekerjaan tetap untuk menyampaikan berita, tafsiran, dan pendapat yang bertolak dari berita.

Dari ketiga batasan di atas, terlihat bahwa jurnalistik mencakup kegiatan yang berkaitan dengan pencarian, pengolahan dan penyusunan berita, ulasan berita dan pendapat, serta sarana yang mendukung kegiatan berita atau ulasan berita/pendapat itu sampai ke masyarakat. Termasuk dalam hal ini pencarian/pengolahan serta penyusunan foto. Dengan

demikian bisa disimpulkan bahwa jurnalistik meliputi hal berikut ini.

1. Mencari dan mengumpulkan apa yang akan disebarluaskan pada masyarakat pada umumnya.
2. Mengolah atau memilah serta menyeleksi hasil pencarian/pengumpulan tersebut.
3. Menyusun hasil pengolahan dalam bentuk tertulis seperti berita (berita lempang, berita bertafsir, berita investigatif, analisis berita dan sebagainya, juga non berita atau pendapat (artikel, feature, tajuk rencana, kolom, pojok, surat pembaca, karikatur), atau gambar/foto.
4. Menyebarluaskan berita, tafsiran, pendapat, foto melalui surat kabar, majalah, radio, televisi atau media lain yang memungkinkan.

Sebagaimana yang dipahami, jurnalistik sebagai kepandaian dalam hal mengarang (menyusun kata) yang bertujuan pokoknya untuk memberi informasi pada masyarakat umum secepat mungkin dan tersiar seluas mungkin. *Journalism* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Jurnalisme sangat penting dimana pun dan kapan pun. Jurnalisme sangat diperlukan dalam suatu negara demokratis. Tak peduli apa pun perubahan-perubahan yang terjadi di masa depan baik sosial, ekonomi, politik maupun yang lainnya.

Kegiatan jurnalistik yang diawali dengan kegiatan mengumpulkan, menulis, dan menyunting serta menyebarkan fakta kepada khalayak terus berkembang seiring kemajuan teknologi buatan manusia. Saat ini informasi dan peristiwa yang dapat diterima sangat capat dan pilihan informasi sangat beragam.

Secara Etimologi Jurnalistik dari dua suku kata, Jurnal dan Istik. kata jurnal berasal dari bahasa Prancis, *journal* yang berarti catatan harian. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi tahun 2022, terdapat kata jurnalisme dan jurnalistik.

Jurnalisme adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis dan mengedit, serta menerbitkan berita dalam surat kabar atau lainnya. Sementara Jurnalistik adalah sebagai sesuatu yang menyangkut kewartawanan dan persuratkabaran. Bersama dengan itu wartawan disepadankan dengan kata jurnalis, yaitu orang pekerjaannya mengumpulkan dan menulis berita dalam surat kabar dan lain sebagainya.

Secara Istilah Jurnalis pun berasal dari bunyi istilah *diurnarius* atau *diurnarii* itu, yang pada hakikatnya mengandung arti "orang yang mencari dan mengolah" informasi untuk kemudian dijual kepada mereka yang membuituhkannya. Dengan demikian, istilah jurnalistik mengandung keterampilan atau karya seni para jurnalis, dalam arti mencari, memilih atau mengumpulkan, serta mengolah naskah berita untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.

Di samping itu definisi Jurnalistik untuk memperjelas pengertian kita mengenai jurnalistik, kiranya perlu adanya batasan tertentu (definisi) yang dapat menunjukkan ciri-ciri, dasar-dasar dan gejala-gejala utama yang dipelajarinya. Agar semua orang yang berkepentingan terhindar dari kekacauan atau keseimbangan yang menimbulkan salah tafsir atau pengertian. dibutuhkan suatu defenisi tentang jurnalistik yang tepat. defenisi yamg tepat dijadikan titik tolak atau pedoman berpikir dalam memahami aspek yang berkaitan dengan apa yang disebut jurnalistik itu.

Adapun wujud definisi itu sendiri memiliki ciri-ciri:

1. berbentuk pernyataan berupa kalimat yang terdiri dari anak kalimat; yaitu yang diterangkan dan menerangkan,
2. diantara kedua anak kalimat tersebut digunakan kata *kopula* (adalah atau ialah),
3. uraiannya bersifat teoritis dan abstrak.

Jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari,mengumpulkan, mengolah, menyusun, menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah,

dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya.

Adapun kita simak semua pendapat itu seacra cermat, tampak ada beberapa kesamaan pengertian secara prinsipil. semua defenisi yang dikemukakannya tidak terlepas dari ciri utamanya yang hakiki bagi jurnalistik yang dimaksudkannya, yaitu keterampilan atau seni menyusun pemberitahuan, penyampaiannya yang menarik perhatian. serta bertujuan untuk memengaruhi khalayak atau publiknya. adapun perbedaan dalam menyatakannya tidak lain disebabkan oleh latarbelakang pengetahuan dan sudut pandang mereka masing-masing, yang satu sama lain tidak sama.

Istilah jurnalistik berasal dari Bahasa Belanda "*jurnalistiek*". Seperti halnya dengan istilah Bahasa Inggris "*jurnalism*", merupakan terjemahan dari Bahasa Latin "*diurna*" yang berarti harian atau setiap hari. Menurut Webster Dictionary, jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan berita atau memproduksi surat kabar. Secara singkat, jurnalistik adalah kegiatan yang dilakukan oleh wartawan. Kegitan tersebut meliputi menyiapkan, menulis, mengolah/mengedit dan menyiarkan suatu berita.

Definisi jurnalistik, menurut literatur memang banyak. Para tokoh komunikasi atau tokoh jurnalistik mendefinisikannya berbeda-beda, tetapi hakikatnya sama, yakni jurnalistik adalah proses membuat berita untuk khalayak atau publik. Jurnalistik mempunyai fungsi sebagai pengolahan laporan harian yang menarik minat khalayak, mulai dari peliputannya sampai penyebarannya kepada masyarakat, serta mengenai apa saja yang terjadi di dunia, yaitu apapun yang terjadi, baik peristiwa faktual, fakta (*fact*), maupun pendapat seseorang (opini), untuk menjadi berita kepada khalayak. Adapun istik merujuk pada kata estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Dapat disimpulkan bahwa

secara etimologis jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatantentang peristiwa sehari-hari, karya yang memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya terdiri atas dua kata, yaitu jurnal dan istik. Kata jurnal berasala dari bahasa Perancis.Tokoh-tokoh tersebut diantaranya adalah Astrid .S Susanto yang mengartikan jurnalistik sebagai kejadian pencatatan dan pelaporan serta penyebaran tentang kejadian sehari-hari.

Secara psikologis, jurnalistik memegang peranan penting dalam hubungan antar manusia. Dua unsur naluri atau perasaan yang dimiliki masing-masing manusia ikut mendorong aktivitas jurnalistik tersebut, yaitu : *sense of curiousity* – perasaan atau naluri keingintahuan *sense of publicity* – perasaan ingin memberi tahu dan menyebarkan sesuatu.

1. *Sense of Curiousity*. Setiap manusia ingin mengetahui tentang apa-apa yang menyangkut dirinya, keluarganya, dan orang lain. Dia ingin mengetahui apa yang terjadi di sekelilingnya dan dunia lainya. Setiap manusia bahkan ingin mengetahui kemungkinan apa yang akan terjadi dalam hubungan antarmanusia. Secara psikologis dan sosiologis, manusia itu tenggelam dalam lalu lintas arus peristiwa atau informasi setiap hari, perasaan, naluri dan keingintahuan manusia mengenai dirinya, orang lain, dan masyarakat sekelilingnya dalam lalu lintas komunikasi massa dapat dilayani dalam aktivitas yang disebut dengan aktivitas jurnalistik.
2. *Sense of Publicity*. Manusia juga mempunyai perasaan ingin memberitahu orang lain, apalagi jika pemberitahuan itu menyangkut peristiwa yang menarik dan penting, jadi hubungan timbal balik antara rasa keingintahuan dan keinginan memberitahu pada akhirnya memunculkan aktivitas jurnalistik. Dilihat dari segi bentuk dan

pengolahannya, jurnalistik dibagi ke dalam tiga bagian besar yaitu:

a. Jurnalistik media cetak (koran dan majalah).
b. Jurnalistik media elektronik auditif (radio).
c. Jurnalistik media audiovisual (televisi) Undang-undang Nomor 40/1999 tentang pers menjelaskan lebih rinci.

Dalam pasal 1 ayat 1, dijelaskan apa itu pers sekaligus apa itu kegiatan jurnalistik. Bunyi pasal tersebut selengkapnya sebagai berikut:

"Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, data, grafik, maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia". Telah disebutkan, kegiatan jurnalistik itu meliputi menyiapkan, menulis, mengolah/mengedit, dan menyiarkan berita. Orang yang menjalankan fungsi jurnalistik ini disebut jurnalis atau wartawan. Tingkatan wartawan terbentang dari wartawan pemula sampai pemimpin redaksi. Dari sisi fungsi, wartawan yang bekeja di sebuah media dikelompokkan menjadi dua, yaitu yang selalu terjun ke lapangan (reporter) serta yang banyak di kantor dengan tugas menulis akhir dan menyunting (redaktur dan editor). Ini bukan pembagian yang kaku. Seringkali redaktur, bahkan pemimpin redaksi, juga terjun melakukan tugas lapangan, yakni reportase dan wawancara.

B. Bentuk-Bentuk Jurnalistik

Dilihat dari segi bentuk dan pengelolahannya. Jurnalistik dibagi ke bagian besar: jurnalistik media cetak (*newspaper and magazine journalism*). Jurnalistik media elektronik auditif (*radio*

brocast jurnalism). Jurnalistik media audiovisual (*television journalism*).

Jurnalistik media cetak meliputi jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid harian, jurnalistik tabloid mingguan, jurnalistik majalah. Jurnalistik media elektronik auditif adalah jurnalistik radio siaran. Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media *online* (internet).

Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasannya masing-masing. Ciri dan kekhasannya itu antara lain terletak pada aspek filsofi penerbitan, dinamika teknis persiapan dan khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. Sebagai contoh filsofi surat kabar harian menekankan segi kelengkapan dan kedalaman informasi serta ketajaman daya analisisnya.

1. Jurnalistik Media.
   Cetak Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor yakni fkctor verbal dan visual. Verbal sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dna menyusun kata dalam rangkaian kalimat dalam paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual menunjukan kemampuan kita dalam menata, menepatkan, mendesain tata letak atau hal hal yang menyangkut segi perwajahan.
2. Jurnalistik Media.
   Elektronik Auditif. Jurnalistik media elektronik audit atau radio siaran, lebih banyak di pengaruhi dimensi verbal, teknologikal, dan fisikal, verbal, berhubungan dengan kemaampuan menyusun kata, kalimat, dan pargraf secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap dengan jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemapuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.

3. Jurnalistik Media.
   Elektronik Audiovisual Jurnalistik media eletronik audiovisual, atau jurnalistik televisi siaran, merupakan gabungan dar segi verbal, visual, teknologikal, dan dimensi dramatikal. Teknologikal berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima rumah-rumah. Dramatikal berati bersinggungan dengan aspek serta nilai dramatic yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara simultan. Dengan aspek dramatik, seluruh panca indera khalayak pemirsa bekerja secara optimal.

C. Unsur-Unsur dalam Jurnalistik

Istilah jurnalistik sering kita dengar. Jurnalistik selalu hadir di tengah-tengah masyarakat. Hal ini sejalan dengan pergaulan hidup yang dinamis, terus berkembang, terlebih dalam kehidupan masyarakat modern saat ini. Perkembangan jurnalistik tersebut tidak lain didukung oleh unsur-unsur yang ada dalam jurnalistik itu sendiri. Unsur-unsur pendukung tersebut di atas :

1. Jurnalis (wartawan).

   Wartawan merupakan orang-orang yang bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengelola bahan pemberitaannya menjadi konsep berita, komentar, dan iklan (*advertensi*) yang akan disiarkan. Wartawan juga bisa dikatakan sebagai jurnalis.

   Berdasarkan tugas dan karya yang dihasilkannya, wartawan dapat dibedakan menjadi tahu. Sedangkan sisi lainnya, dengan penggunaan bahasa juga mungkin bisa mencelakakan penulis. Kemungkinan ini bisa terjadi bila pemilihan kata yang kurang hati-hati. Seperti pepatah yang sering kita dengar yaitu ”mulutmu adalah harimaumu”. Sedangkan bagi para jurnalis atau wartawan pepatah tersebut bisa diganti dengan “penamu adalah harimaumu”.

2. Bahasa jurnalistik.

Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa yang digunakan dalam majalah, surat kabar, televisi, atau radio. Sebagai suatu ragam bahasa jurnalistik tentu memiliki ciri tertentu, seperti: pertama, bahasa jurnalistik harus terpelihara. Berikut pedoman bahasa jurnalistik :

a. Ringkas, hemat kata dengan menghilangkan bagian yang tidak penting.
b. Jelas, mudah dimengerti dan tidak mengundang pembaca untuk bertanya-tanya dan membingungkan.
c. Tertib dan patuh pada aturan atau norma yang berlaku dalam menulis berita; penggunaan bahasa, susunan kata, prioritas dan sebagainya.
d. Singkat, harus diperhatikan titik, koma dan tanda baca lain harus diperhatikan.
e. Menarik, menulis berita yang menarik sangat penting yang menjadi tugas wartawan yang ditentukan oleh kemampuannya menulis.

Dengan demikian, bahasa jurnalistik pemberi informasi kepada publik harus menggunakan bahasa yang baik dan benar agar khalayak atau publik dapat memahami maksud yang ingin disampaikan. Bahasa jurnalistik justru sangat demokratis dan populis, karena dalam bahasa jurnalistik tidak mengenal kasta, tingkat, maupun pangkat. Ciri khas dan bahasa jurnalistik adalah tidak berbelit-belit, tidak berbunga-bunga, harus terus langsung pada pokok permasalahannya (straight to the point). Sejauh ini bahasa jurnalistik mulai beragam digunakan untuk menulis berita ekonomi, politik ataupun tajuk rencana, disesuaikan dengan angle tulisan, sumber berita, dan keterbatasan media massa (ruang dan waktu).

D. Ciri-Ciri Jurnalistik

Jurnalistik menurut Luwi Ishwara, mempunyai ciri-ciri yang penting untuk kita perhatikan yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Skeptis. Skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima dan mewaspadai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skeptis adalah keraguan. Media janganlah puas dengan permukaan sebuah peristiwa, serta enggan untuk mengingatkan kekurangan yang ada di dalam masyarakat. Wartawan haruslah terjun ke lapangan, berjuang, serta menggali hal-hal eksklusif.
2. Bertindak (*action*).Wartawan tidak menunggu sampai peristiwa itu muncul, tetapi akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan.
3. Berubah. Perubahan merupakan hukum utama jurnalistik. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tapi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi.
4. Seni dan profesi. Wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik.
5. Peran pers. Peran sebagai pelapor, bertindak sebagai mata dan telinga public, melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu, pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil publik, peran jaga, pembuat kebijaksanaan serta advokasi.

Dengan demikian ciri-ciri jurnalistik adalah adalah kegiatan kewartawanan untuk pemberitaan itu sendiri, di mana wartawan sebagai profesi tidak hanya menunggu tetapi dia bergerak aktif mengambil berita dan memberitakan kemudian ke masyarakat dengan memperhatikan kode etik jurnalistik, dan pers sendiri menjalankan perannya dengan baik.

E. Produk Jurnalistik

Produk Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, bulletin atau berkala lainnya seperti radio, televisi dan media on line internet. Namun tidak setiap surat kabar disebut jurnalistik. surat kabar, tabloid, majalah dan bulletin digolongkan kedalm tiga kelompok besar : a. Berita (*news*), b. Opini (*views*), c. Iklan (*adversting*). Dari tiga kelompok tersebut hanya berita dan opini yang termasuk produk jurnalistik. Iklan bukan termasuk produk jurnalistik walaupun teknik yang digunakannya merujuk pada teknik jurnalistik.

Kelompok berita (*news*), meliputi antara lain berita langsung (*straight news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), Berita mendalam (*depth news*) pelaporan mendalam (*depth reporting*) berita menyelidik (*investigative news*) berita khas becerita (feature news) berita gambar (*photo news*) Kelompok opini (*views*) meliputi tajuk rencana, karikatur, pojok, atrikel, kolom, esai, dan surat pembaca. Sedangkan kelompok iklan mencakup berbagai jenis dan sifat iklan mencakup dari iklan produk barang dan jasa, iklan keluarga seperi iklan duka cita, sampai iklan kepada layanan masyarakat.

1. Tajuk Rencana.

   Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan aktual, fenomenal dan atau kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Suara tajuk rencana bukanlah suara perorangan atau pribad-pribad yang terdapat di jajaran redaksi atau bagian produksi dan sirkulasi, melainkan suara kolektif seluruh karyawan dan wartawan dari suatu lemabag penerbitan pers. Karena merupakan suara lembaga, maka tajuk rencana tidak ditulis dengan mencantumkan nama penulisannya.

2. Karikatural.

   Karikatural berasal dari bahasa Italia. *caricare* yanag artinya melebih-lebihkan. kata *caricare* itu sendiri dipengaruhi kata

carattere juga bahasa Italia, yang berarti karakter dan kata cara bahasa Spanyol berarti wajah. Menurut Lukman (1989:31) perkataan karikatur mulai digunakan untuk pertama kalinya oleh Mossini, orang Perancis dalam sebuah karyanya berjudul *Diverse Figure* pada tahun 1646, sedangkan orang yang pertama memperkenalkan kata karikatur adalah Lorenzo Bernini untuk karya-karyanya di Perancis pada 1665. Secara teknik jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik sosialdengan memasukan unsur kelucuan, anekdot, atau humor agar siapapun yang meilhatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek karikaturkan itu sendiri (Sumadaria, 2004:3).

3. Pojok.

   Pojok adalah kutipan penyataan singkat narasumber atau pristiwa tertentu yang dianggap menarik atau kontroversial. Untuk kemudia dikomentari oleh pihak redaksi dengan kata-kata atau kalimat yang mengusik, menggelitik dan adakalanya reflektif. Tujuannya untuk mencubit, mengingatkan atau menggugat sesuai dengan fungsi kontrol sosial yang dimiliki oleh pers. Rubrik pojok memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan setiap surat kabar di Indonesia :

   a. Pojok berisi dua alinea. Alinea pertama menyajikan suntingan berita atua peristiwa. alinea kedua menyajikan opini atau pandangan-pandangan surat kabar ssebagai respons terhadap isi yang tersaji dalam alinea pertama.
   b. Isi yang disajikan baik dalam alinea pertama maupun dalam alinea kedua, biasanya terangkai dalam kalimat-kalimat pendek.
   c. Opini atau pandangan-pandangan dari lembaga surat kabar disajikan dalam kalimat yang bersifat sinis dan humoris. Topik-topik ulasan yang disajikan pojok sangat luas; sosial, ekonomi, politik, militer, olahraga, budaya, agama, kesenia, kebudayaann, kriminalitas, kemanusiaan,

tragedi, flora, dan fauna. Gaya penyajian pojok sangat bebas dan pojok tetap harus memenuhi kaidah etis.

4. Artikel

   Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu maslah tertentu yang sifatnya aktual dana atau kontroversial dengan tujuan yang memberitahukan (*informative*). Mempengaruhi dan meyakinkan (*persuasive argumentativ*e) atau menghibur khalayak pembaca boleh menulis artikel dengan lepas karena siapapun pembaca boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat keahlian masing-masing.

   a. Artikel Praktis

      Artikel praktis lebih menekannkan pada aspek ketelitian dan keterampialan daripada masalah pengamatan dan pengembangan pengetahuan serta analisis pristiwa. Artikel praktis biasanya ditulis dengan menggunakan pola kronologis. Artinya pesan disusun berdasarkan urutan waktu atau tahapan pekerjaan.

   b. Artikel Ringan

      Artikel ringan lazim digunakan atau ditemukan pad rubric anak-anak, remaja, keluarga. Artikel jenis ini ebih banyak mengangkat topik pembahsan yang ringan dengan cara penjaian yang ringan pula dalam arti tidak mengulas pikiran kita. Untuk menerima atapun mencernanya, kita sebagai pembaca tidak memerlukan persiapan ataupun perhatian khusus.

   c. Artikel Halaman Opini

      Artikel halaman opini lazim ditemukan pada halaman husus opini bersama tulisan opini, yang lain yakin tajuk rencana, karikatur, pojok, kolom dan surat pembaca.

   d. Artikel Analisis Ahli.

      Artikel jenis ini ditulis oleh ahli pakar dibidangnya dalam bidangnya dalam bahsayang popular dan komunikatif. Artikel analisis ahli mengupas secara tajam dan mendalam

suatu persoalan yang sedang menjadi sorotan dan bahan hangat pembicaraan masyarakat. Topik yang diangkat dibahas macam-macam seprti; ekonomi, politik, pendidikan, sosial, agama, budaya, industri dan iptek.

e. Kolom.

Kolom adalah opini singkat yang banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang tedapat dalam masyarakat. Kolom lebih banyak mencerminkan cap pribadi penulis sifatnya memadat dan memakna. Kolom ditulis secara inferensial, biasanya dalam tulisan kolom terdapat foto penulis. Anjuran yang sama satu tidak berlaku pada artikel. Kolom bisa beragam peruntukan, biasanya ditulis oleh siapapun asalkan memenuhi kaedah penulisan jurnalistik, tentu diperbolehkan.

f. Surat Pembaca.

Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dan dimuat dalam rubrika khusus surat pembaca. Surat pembaca biasnya berisi keluhanatau komentar pembaca tentang apa saja yang menyangkut kepentingn dirinya atau masyarakat panjang surat pembaca rata-rata 2-4 paragraf. Rubrik surat pembaca lebih merupakan layanan publik dari pihak redaksi terhadap masyarakat. Rubrik surat pembaca ini banyak dimanfaatkan masyarakat untuk menyuarakan pendapat dan sifatnya lebih bebas. Maka bahasa yang dipergunakan tentu berbeda dengan artikel maupun penulisan pengisian kolom.

F. Kode Etik Profesi Jurnalistik

1. Kode Etik Jurnalistik

Kode etik jurnalistik adalah himpunan etika profesi kewartawanan. Wartawan selain dibatasi oleh ketentuan hukum, seperti Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun

1999, juga harus berpegang kepada kode etik jurnalistik. Tujuannya adalah agar wartawan bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya, yaitu mencari dan menyajikan informasi. Dari pengertian itu, kemudian dewasa ini kode etik secara sederhana dapat diartikan sebagai himpunan atau kumpulan etika.

Kode etik jurnalistik merupakan nilai dasar dalam bidang jurnalistik yang wajib diterapkan oleh junalis untuk memproduksi berita. Kode etik tersebut merupakan etika profesi jurnalistik yang telah ditetapkan oleh dewan pers. Dengan demikian, kode etik jurnalistik berlaku untuk berita dalam media cetak, media elektronik, dan media online.

Kode etik jurnalistik berisi apa-apa yang menjadi pertimbangan, perhatian, atau penalaran moral profesi wartawan. Selain itu, isi etikanya juga mengatur hak dan kewajiban dari kerja kewartawanan. Dilansir dari laman resmi Dewan Pers Indonesia, dijelaskan isi-isi dari kode etik jurnalistik, yaitu:

a. Pasal 1, wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk.
b. Pasal 2, wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
c. Pasal 3, wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
d. Pasal 4, wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
e. Pasal 5, wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

f. Pasal 6, wartawan Indonesia tidak menyalagunakan profesi dan tidak menerima suap.
g. Pasal 7, wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaanya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.
h. Pasal 8, wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.
i. Pasal 9, wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
j. Pasal 10, wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa.
k. Pasal 11, wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

2. Kode Etik Kewartawanan Indonesia

Kemerdekaan pers merupakan sarana terpenuhinya hak asasi manusia untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers, wartawan Indonesia menyadari adanya tanggung jawab sosial serta keberagaman masyarakat. Guna menjamin tegaknya kebebasan pers serta terpenuhinya hak-hak masyarakat diperlukan suatu landasan moral/etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas professionalitas wartawan. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan kode etik:

a. Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.
b. Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi serta memberikn identitas kepada sumber informasi.
c. Wartawan Indonesia menghormati atas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.
d. Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan cabul, serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila.
e. Wartawan Indonesia tidak menerima suap, dan tidak menyalah gunakan profesi.
f. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan off the record sesuai kesepakatan.
g. Wartawan Indonesia segera meralat dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan serta melayani hak jawab.

Pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik ini sepenuhnya diserahkan kepada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk untuk itu. Kode etik jurnalistik memegang peranan yang sangat penting dalam dunia pers di mana sebagai pedoman nilai-nilai profesi kewartawanan, sehingga kode etik jurnalistik wajib dipahami dan dilaksanakan oleh wartawan. Oleh karena itu wartawan harus mematuhi kode etik jurnalistik yang disepakati oleh Dewan pers. Mematuhi kode etik jurnalistik yang disepakati oleh Dewan pers berarti wartawan paham dalam mencari, meliputi dan menyajikan berita tersebut, sehingga kode etik jurnalistik perlu dipahami, dilaksanakan oleh wartawan sebagai pedoman dalam menuliskan berita, agar berita yang

disajikan akurat, berimbang, sesuai fakta di lapangan untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan orang lain. Etika jurnalistik harus berdasarkan standar aturan perilaku dan moral yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaanya. Etika jurnalistik ini tidak hanya untuk memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan jurnalis bersangkutan tetapi juga untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari jurnalis bersangkutan.

Media beresiko untuk melanggar *Contempt of Court Act* saat mereka mengomentari cara kerja suatu institusi atau individu, pertimbangan-pertimbangan hakim, mengkritik pengadilan, atau melanggar keputusan pengadilan. Walaupun banyak tulisan, ceramah atau siaran yang secara tidak sengaja melanggar peraturan, namun bagian yang dianggap relevan dalam pelanggaran peraturan tersebut menimbulkan resiko yang serius atau buruk sangka terhadap cara kerja hukum. Nah bagi mereka yang sudah berpengalaman dalam dunia tabloid tidak akan merasakan bahwa kode etik tersebut memiliki banyak pengaruh. Unsur lain dari kode etik tersebut mendesak wartawan untuk berusaha melenyapkan distorasi dan penindasan berita. Memastikan bahwa informasi. Foto-foto yang disampaikan harus hanya dengan cara yang benar, serta tidak memancing kesedian dan kerusuhan kecuali demi kepentingan umum.

3. Pengawasan Kode Etik Jurnalistik

Pengawasan kode etik jurnalistik berkaitan dengan terjadinya kesalahan dan pelanggaran dalam pelaksanaan tugas dan fungsi jurnalistik di lapangan. Untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran di lapangan dalam peliputan maupun penulisan berita, perlu dilakukan pengawasan terhadap penerapan kode etik jurnalistik.

Lembaga pengawasan setiap organisasi wartawan dapat berbeda-beda, namun memiliki tugas yang relative sama. Sebut saja, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang memiliki lembaga bernama Dewan Pers, sedangkan Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) memiliki lembaga bernama Majelis Kode Etik.

a. Dewan Pers

   Salah satu fungsi dewan pers adalah menetapkan dan mengawasi pelaksanaan kode etik jurnalistik. Dewan pers memiliki tugas, antara lain sebagai berikut:

   1) Memberikan pernyataan penilaian dan rekomendasi dalam hal terjadinya pelanggaran kode etik, penyalahgunaan profesi wartawan dan memelihara kemerdekaan pers.
   2) Membuat kebijakan pers yang bersifat mendidik insan pers dan bersifat non-yuridis.
   3) Mempublikasikan kebijakan atau rekomendasi yang dikeluarkan dewan pers melalui media massa.

b. Majelis Kode Etik

   Lembaga yang memiliki kewenangan untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas jurnalistik. Majelis kode etik berada di bawah naungan AJI. Tugas-tugas yang diemban majelis kode etik antara lain sebagai berikut:

   a) Melakukan pengawasan dalam pelaksanaan kode etik.
   b) Melakukan pemeriksaan dan penelitian yang berkaitan dengan masalah pelanggaran kode etik oleh anggota AJI.
   c) Mengumpulkan dan meneliti bukti-bukti pelanggaran kode etik.

d) Memanggil anggota yang melakukan pelanggaran.

4. Pelanggaran Terkait Kode Etik di Kalangan Wartawan

Suatu jurnal mengambil contoh praktik suap dalam pelanggaran terkait dengan kode etik dikalangan wartawan ini. Dan nyatanya praktik suap ini masih banyak terjadi di kalangan wartawan yang ada di Indonesia ini. Padahal sudah jelas dalam kode etik jurnalis hal tersebut tidak di perkenankan untuk dilakukan. Bukanlah hal mudah untuk menghilangkan praktik suap di kalangan jurnalis. Hal tersebut membutuhkan waktu yang lama dan keterlibatan berbagai pihak dan aspek. Menerima atau tidak menerima sesuatu dari narasumber memang menjadi pilihan masing-masing individu. Namun rangsangan lain, seperti pengawasan, dan sanksi tegas sangat dibutuhkan.

Di Indonesia sendiri dengan banyaknya organisasi wartawan, maka masing-masing juga menerapkan kode etik yang tidak keluar dari kode etik jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Wartawan selain dibatasi oleh ketentuan hukum, seperti Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, juga harus berpegang kepada kode etik jurnalistik. Tujuannya adalah agar wartawan bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya, yaitu mencari dan menyajikan informasi.

G. Sepuluh Elemen Jurnalistik

Wartawan merupakan sebuah profesi, dimana untuk menjadi seorang wartawan yang professional, dia harus mematuhi yang dinamakan kode etik jurnalistik. Disebutkan oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiels ada 10 elemen yang menjadi standar perilaku wartawan dan menjadi basic sebuah jurnalisme. Ke –10 elemen ini tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Semuanya mempunyai kedudukan yang sama, tidak bisa

hanya salah satu saja yang dipatuhi oleh wartawan. Kesembilan elemen ini adalah:

1. Kewajiban utama jurnalisme adalah pencarian kebenaran.

   Sebagai seorang wartawan kita harus selalu menjunjung kebenaran. Dalam hal ini kebenaran secara fungsional yang tentunya sesuai dengan tugasnya seorang wartawan. Seorang wartawan yang tidak menjunjung faktor kebenaran dalam liputannya, tentu saja akan merugikan banyak pihak, terutama publik yang menjadi korban dari pemberitaan itu. Belum lagi perusahaan yang menjadi kehilangan harga diri sebagai media yang seharusnya menyampaikan kebenaran.
2. Loyalitas utama jurnalisme adalah pada warga negara.

   Loyalitas wartawan seharusnya berujung pada publik, sebagai pembaca dari apa yang kita beritakan. Yang harus selalu diingat oleh wartawan adalah bagaimana membuat suatu berita yang menarik bagi pembaca yang menjunjung kebenaran, dan bagaimana bertanggung jawab pada publik jika berita yang dibuat hanya fiktif padahal sudah jelas yang akan membaca suatu media bukan hanya sekelompok orang, tapi semua orang di bangsa ini bahkan di seluruh dunia.

   Media yang jujur, yang lebih memntingkan kepentingan publik lebih menguntungkan perusahaan tersebut, tak hanya soal prestisius, tapi soal financial juga menjadi lebih baik. Kepercayaan yang diberikan publik pada media jangan sampai hilang akibat satu berita bohong dari oknum wartawan.
3. Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi.

   Dengan adanya disiplin verifikasi yang dilakukan wartawan fiktifisasi narasumber tudak akan terjadi. Batas antara fiksi dan jurnalisme harus jelas, jurnalisme tidak bisa digabungkan dengan fiksi. Semuanya harus fakta dan nyata.
4. Jurnalis harus menjaga independensi dari objek liputanya.

   Dalam melakukan suatu peliputan, wartawan harus benar-benar independen, melakukan peliputan secara

obektif. Tidak terpengaruh pada apapun, kepentingan siapapun, kecuali kepentingan bahwa kita adalah wartwan yang harus menyampaikan berita yang benar-benar terjadi untuk disampaikan pada masyarakat. Tidak peduli siapapun, apapun. Bahkan jika itu menyangkut keluarga kita, dan kita harus memberitakannya jangan anggap itu keluarga. Wartawan harus bertanggung jawab pada publik itu penting dan harus selalu diingat. Semangat independensi harus dijunjung tinggi oleh setiap wartawan. Seorang wartawan tidak boleh terpengaruh arus perpolitikan maupun kepentingan -kepentingan lain.

5. Jurnalis harus membuat dirinya sebagai pemantau independen dari kekuasaan..

   Dalam memantau kekuasaan, bukan berarti wartawan menghancurkan kekuasaan. Namun tugasnya wartawan sebagai pemantau kekuasaan yaitu turut seta dalam penegakkan demokrasi. Salah satu dalam cara memantau ini adalah melakukan *investigatif reporting*. Inilah yang sering menjadi masalah antar wartawan dengan penguasa. Biasanya banyak penguasa yang enggan privasi tentang dirinya dipublikasikan.

6. Jurnalis harus memberi forum bagi publik untuk saling kritik dan menemukan kompromi.

   Seorang wartawan yang bertanggung jawab pada publik harus mendengarkan apa keinginan publik itu sendiri. Wartawan harus terbuka pada publik untuk mendengarkan segala sesuatunya. Logikanya setiap orang boleh berpendapat dan memiliki rasa ingintahu yang sama. Jadi jika ada anggota publik yang ingin lebih mengetahui dalam sebuah kasus bisa menanyakannya.

7. Jurnalis harus berusaha membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan.

   Wartawan harus tahu tentang komposisi, tentang etika, tentang naik turunnya emosi pembaca dan sebagainya. Berita

yang dibuat jangan sampai membosankan bagi pembaca. Jangan sampai berita yang penting jadi tidak penting karena pembaca bosan. Berita itu dibuat tidak membosankan dan harus memikat tetapi tetap relevan. Ironisnya, dua faktor ini justru sering dianggap dua hal yang bertolak belakang. Laporan yang memikat dianggap laporan yang lucu, sensasional, menghibur, dan penuh tokoh selebritas. Wartawan harus dapat berinovasi dan kreatif dalam penulisan artikel, berita maupun ulasan lainnya di media massa.

8. Jurnalis harus membuat berita yang komprehensif dan proporsional.

   Perlu banyak hal yang dilakukan untuk mendapatkan dan membuat berita yang komprehensive dan proposional. Wartawan tidak hanya menerima fakta yang mudah diraih. Harus ada sesuatu yang menantang dari pekerjaan wartawan pelaporan ivestigasi mewakili berita yang komprehensif dan proposional ini. Wartawan harus tahu bagaimana caranya melaporkan suatu hal yang bermutu. Berita yang komprehensif bukan berita yang hanya punya judul sensasional. Berita sensasionalnya akan memalukan wartwan dan media yang menerbitkannya.

9. Jurnalis harus diperbolehkan untuk mendengarkan hati nurani pribadinya.

   Segala sesuatu yang berasal dari hati nurani akan lebih baik dari apapun. Dari persoalan yang terjadi didalam kehidupan wartawan jawabnnya adalah bersumber pada hati nurani. Wartawan yang berbohong, melakukan fiktifisasi narasumber atau ataupun kejahilan seorang.

10. Warga juga memiliki hak dan tanggung jawab dalam hal-hal yang terkait dengan berita.

    Elemen terbaru ini muncul dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya internet. Warga bukan lagi sekadar konsumen pasif dari media, tetapi mereka juga

menciptakan media sendiri. Ini terlihat dari munculnya blog, jurnalisme online, jurnalisme warga (citizen journalism), jurnalisme komunitas (community journalism) dan media alternatif. Warga dapat menyumbangkan pemikiran, opini, berita, dan sebagainya, dan dengan demikian juga mendorong perkembangan jurnalisme.

Kegiatan melakukan praktik jurnalisme kini tidak hanya bisa dilakukan oleh jurnalis atau wartawan. Jurnalisme kini bisa dilakukan oleh siapapun dan di mana pun. Terlebih, banyaknya media yang menjamur. Entah media konvensional atau sosial media, ruang untuk melakukan kegiatan jurnalisme kini lebih bebas. Bahkan masyarakat juga bisa melakukan *citizen journalism*, tanpa harus menjadi jurnalis atau wartawan terlebih dahulu.

H. Fungsi Jurnalistik

Aktivitas jurnalistik yang kian marak adalah fakta. Kehadiran jurnalistik di tengah kehidupan manusia memiliki fungsi yang besar. Kita tidak dapat membayangkan apabila kehidupan manusia tidak dilengkapi dengan informasi ataupun berita. Besar atau kecil pengaruhnya, pasti membutuhkan informasi dan berita. Penyajian berita dalam segala bentuk dan momentum dalam jurnalistik bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Jika ditinjau berdasarkan fungsinya, ada empat fungsi jurnalistik menurut F. Fraser Bond:

1. *To inform* = untuk menginformasikan. Jurnalistik merupakan sarana untuk penyampaian informasi berupa fakta dan peristiwa yang terjadi di sektor kehidupan manusia dan patut diketahui publik.
2. *To interpret* = untuk menginterpretasikan. Jurnalistik merupakan sarana untuk memberikan tafsiran atau interpretasi terhadap fakta dan peristiwa yang terjadi sehingga publik dapat memahami dampak dan konsekuensi dari berita yang disajikan.

3. *To guide* = untuk mengarahkan. Jurnalistik merupakan acuan untuk mengarahkan atau memberi petunjuk dalam menyikapi suatu fakta dan peristiwa yang disajikan dalam berita sehingga dapat menjadi pedoman bagi publik dalam memberi komentar atau pendapat dalam mengambil keputusan.
4. *To entertain* = untuk menghibur. Jurnalistik merupakan sarana yang bersifat menghibur, yang menyegarkan dan menyenangkan pembacanya dengan menyajikan berita atau informasi yang ringan dan rileks sesuai dengan kebutuhan gaya hidup manusia.

Tak Hanya itu, fungsi jurnalistik terus mengalami perkembangan. Dalam konteks kekinian, fungsi jurnalistik telah berkembang lebih banyak lagi seiring ekspetasi publik terhadap jurnalistik. Berikut fungsi lain dari jurnalistik:

1. *To educate* = untuk mendidik. Jurnalistik sarana untuk mendidik dan menanamkan nilai-nilai dan norma sosial, di samping budaya yang patut menjadi perhatian masyarakat.
2. *To mediate* = untuk mediasi. Jurnalistik merupakan alat mediasi atau penghubung dalam mempertemukan ketidak samaan tentang fakta atau peristiwa yang menjadi berita dari berbagai sudut pandang, di samping dapat menjadi wahana yang mempertemukan orang-orang yang berbeda pendapat atau opini tentang suatu hal.
3. *To promote* = untuk mempromosikan. Jurnalistik merupakan sarana pilihan dalam mempromosikan keunggulan dan kelebihan suatu produk dan karya agar dapat dipahami secara proporsional oleh publik.
4. *To influence* = untuk mempengaruhi. Jurnalistik merupakan sarana untuk memperngaruhi pendapat dan pikiran orang lain tentang fakta dan peristiwa yang menjadi topik pembicaraan.

Jadi, selain memberikan informasi akan kejadian dan lainnya, jurnalistik berfungsi memberikan nilai pendidikan terhadap

masyarakat, memediasi jika ada persoalan di dalam masyarakat, menjadi ruang dalam memperkenalkan produk atau tempat promosi yang efektif, dan dengan jurnalistik, pengaruh akan dapat dilakukan dengan mudah – bahkan penggiringan opini – dalam masyarakat.

I. Prinsip Jurnalistik

Terkait dengan pemberitaan atau informasi yang disiarkan stasiun TV, Maka P3SPS menyatakan bahwa stasiun penyiaran dalam menayangkan informasi harus senantiasa mengindahkan prinsip-prinsip jurnalistik yang terdiri atas tiga prinsip yaitu:

1. Prinsip Akurasi**.**

   Dalam program faktual lembaga penyiaran bertanggung jawab menyajikan informasi yang akurat dan sebelum menyiarkan sebuah fakta, lembaga penyiaran harus memeriksa ulang keakuratan dan kebenaran materi siaran. Dalam hal redaksi berita.

2. Prinsip Adil**.**

   Lembaga penyiaran harus menghindaro penyajian informasi yang tidak lengkap dan tidak adil. Penggunaan potongan gambar dan potongan suara dalam sebuah acara yang sebenarnya berasal dari program lain harus ditempatkan dalm konteks yang tepat dan adil serta tidak merugikan pihak-pihak yang menjadi subjek pemberitaan, dan bila sebuah program memuat potongan gambar dan potongan suara yang berasal dari acara lain, stasiun TV wajib menjelaskan waktu pengambilan potongan gambar atau potongan suara tersebut.

3. Prinsip Imparsialitas

   Pada saat menyajikan isu-isu kontroversial yang menyangkut kepentingan publik, stasiun penyiaran harus menyajikan berita, fakta, dan opini secara objektif dan berimbang. Dalam hal ini pemimpin redaksi berita TV harus memiliki independensi untuk menyajikan berita dengan

objektif, tanpa memperoleh tekanan dari pihak pimpinan, pemodal atau pemilik stasiun penyiaran. Dan dalam acara yang mendiskusikan isu kontroversiall atau isu yang melibatkan dua atau lebih pihak yang saling berbeda pendapat, noderator, pemandu acara, dan pewawancara harus berusaha agar semua partisipan dan narasumber dapat secara baik mengekspresikan pandangannya serta tidak boleh memiliki kepentingan pribadi atau keterkaitan dengan salah satu pihak atau pandangan.

Prinsip Jurnalistik adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya) atau dasar jurnalisme yang menjadi pedoman wartawan atau media dalam bekerja.

Prinsip jurnalistik merupakan pedoman etis para wartawan yang berlaku universal. Prinsip-prinsip ini lalu dituangkan dalam kode etik jurnalistik yang dirumuskan dan ditetapkan masing-masing organisasi profesi wartawan. Di Indonesia, prinsip jurnalistik berupa kode etik ditetapkan oleh Dewan Pers.

BAB III
DAKWAH

A. Pengertian Dakwah dari Tinjauan Etimologi

Dakwah ditinjau dari segi bahasa berasal dari bahasa Arab *da'wah* dari kata *da'a, yad'u* yang berarti panggilan, ajakan, seruan. Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a, yad'u, da'wan, du'a*, yang diartikan sebagai mengajak atau menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh, amr ma'ruf dan nahi munkar, maui'dzoh hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah.* Secara spesifik dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dakwah yang artinya do'a atau permohonan

   Kata dakwah juga berarti doa (*al-du'a*), yaitu harapan permohonan kepada Allah SWT atau seruan (*al-nida'*). Do'a atau seruan untuk mencapai sesuatu itu (*al-du'a ila al-syai' al-hatsats 'ala qasdihi*). Dakwah dalam doa ini terbaca jelas di ayat AlQuran;

   وَاِذَا سَاَلَكَ عِبَادِيْ عَنِّيْ فَاِنِّيْ قَرِيْبٌ ۗ اُجِيْبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ اِذَا دَعَانِ ۙ فَلْيَسْتَجِيْبُوْا

   لِيْ وَلْيُؤْمِنُوْا بِيْ لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُوْنَ (سو رة ا لبقرة : 186)

   "Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran". (QS. Al-Baqarah/2: 186).

   Dalam penjelasan Allah SWT ayat yang memotivasi untuk berdoa ini diselipkan di antara hukum-hukum puasa sebagai petunjuk agar bersungguh-sungguh dalam berdoa setelah

menyelesaikan jumlah hari dalam sebulan, bahkan pada setiap kali berbuka.

Dengan demikian dipahami bahwa Allah memotivasi kita agar bersungguh-sungguh dalam berdoa karena Allah akan mengabulkan doa kita yang penuh kesungguhan dan keikhlasan.

2. Dakwah yang artinya menyeru

Dalam AlQuran, juga disebutkan tentang pengertian dakwah yang berarti menyeru sebagai berikut ini:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اسْتَجِيْبُوْا لِلّٰهِ وَلِلرَّسُوْلِ اِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيْكُمْۚ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ يَحُوْلُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهٖ وَاَنَّهٗٓ اِلَيْهِ تُحْشَرُوْنَ

(سو رة الانفا ل: 24)

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, ketahuilah bahwa Sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya, dan Sesungguhnya kepada-*Nyalah kamu akan dikumpulkan"*. (QS. Al-Anfaal/8: 24).

Menurut Sayyid Quthub, Surah. Al-Anfaal: 24, menunjukkan jelas seruan yang dituju oleh dakwah Islam, yaitu seruan ke kehidupan yang sempurna, kehidupan dalam segala bentuk dan seginya. Seruan ini menurut Quthub mengandung ajakan kepada lima hal pokok yang akan mengantar manusia memperolah kehidupannya yang sempurna.

Pertama, seruan kepada akidah tauhid yang akan membebaskan manusia dari penyembahan kepada selain Allah. *Kedua*, seruan kepada hukum-hukum Allah dalam arti seruan untuk membangun dan mengatur kehidupan dengan undang Allah (prinsip syariah). Seruan ini menempatkan manusia sejajar di depan hukum, terlepas dari kepentingan

dan dominasi perorangan atau kelompok tertentu yang berpengaruh dalam masyarakat. *Ketiga*, seruan kepada sistem hidup atau konsep mengenai kehidupan yang sesuai dengan fitrah kemanusiaan, yang tidak lain adalah sistem Islam itu sendiri. *Keempat*, seruan kepada kemajuan dan kemuliaan hidup dengan aqidah dan sistem Islam untuk kemudian membebaskan manusia dari perbudakan dan penyembahan terhadap sesama manusia. *Kelima*, seruan kepada perjuangan dan jihad Islam untuk dapat mewujudkan dan mengokohkan sistem Allah di muka bumi.

3. Dakwah yang artinya mengajak

Dakwah di sini berarti mengajak kepada yang baik, dan bisa berarti mengajak kepada yang jahat. Ini tertera dalam AlQuran;

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ اَحَبُّ اِلَيَّ مِمَّا يَدْعُوْنَنِيْٓ اِلَيْهِ ۚ وَاِلَّا تَصْرِفْ عَنِّيْ كَيْدَهُنَّ اَصْبُ

اِلَيْهِنَّ وَاَكُنْ مِّنَ الْجٰهِلِيْنَ (سو رة يو سف : 33)

"Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi *ajakan mereka kepadaku. Dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku Termasuk orang-orang yang bodoh."* (QS. Yusuf/12: 33).

Dalam ayat tersebut di atas, ajakan kepada keburukan atau kejahatan pernah dialami oleh Nabi Yusuf maka beliau berdoa, dan Allah mengabulkan doa Nabi Yusuf, dengan cara Allah melindunginya dengan perlindungan besar serta menjaganya. Penolakan atas ajakan kepada keburukan merupakan *maqam* kesempurnaan, walaupun beliau sangat tampan, muda dan sempurna. Nabi Yusuf diajak kepada keburukan oleh istri majikannya yang juga sangat cantik, kaya, dan punya kedudukan. Beliau menolak dan memilih penjara karena takut kepada Allah dan mengharapkan pahalanya.

Bahkan dalam satu ayat, terdapat pula penggunaan kata dakwah untuk arti keduanya, yaitu jalan kebaikan (surga) dan jalan keburukan (neraka);

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكٰتِ حَتّٰى يُؤْمِنَّ ۗ وَلَاَمَةٌ مُّؤْمِنَةٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكَةٍ وَّلَوْ اَعْجَبَتْكُمْ ۚ وَلَا تُنْكِحُوا الْمُشْرِكِيْنَ حَتّٰى يُؤْمِنُوْا ۗ وَلَعَبْدٌ مُّؤْمِنٌ خَيْرٌ مِّنْ مُّشْرِكٍ وَّلَوْ اَعْجَبَكُمْ ۗ اُولٰۤىِٕكَ يَدْعُوْنَ اِلَى النَّارِ ۖ وَاللّٰهُ يَدْعُوْٓا اِلَى الْجَنَّةِ وَالْمَغْفِرَةِ بِاِذْنِهٖ ۚ وَيُبَيِّنُ اٰيٰتِهٖ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُوْنَ ۚ (سو رة ا لبقرة : 221)

"...Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya. dan Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran". (QS. Al-Baqarah/2: 221).

Dari ayat tersebut di atas, maka dapat dipahami bahwa Allah memberikan jalan yang baik menuju keselamatan. Karena manusia senantiasa dihadapkan dengan dua pilihan, kejahatan/keburukan dan kebaikan.

Selain itu istilah dakwah digunakan dalam AlQuran baik dalam bentuk *fi'il* maupun dalam bentuk *masdar* berjumlah lebih dari seratus kata.

B. Pengertian Dakwah Secara Terminologi

Secara terminologi dakwah dapat diartikan sebagai sisi positif dari ajakan untuk menuju keselamatan dunia akhirat. Sedangkan menurut para Ulama memberikan berbagai macam definisi, antara lain :

1. Syekh Ali Makhfudh dalam kitabnya *Hidayat-al Mursyidin,*

حث الناس على الخير و الهدى

والأمربالمعروف والنهى عن المنكر ليفو زوابسعادةالعاجل والآجل

Dakwah adalah "Mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat."

2. HSM. Nasarudin Latif mendefinisikan dakwah, " Setiap usaha aktivitas dengan tulisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT, sesuai dengan akidah dan syariat serta akhlak Islamiyah."
3. M. Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.
4. Sayyid Quthub berpendapat bahwa dakwah adalah, "Usaha orang beriman mewujudkan sistem (ajaran) Islam dalam realitas kehidupan (*iqamah manhaj ilahi li hayat al-basyariyah*) atau usaha orang beriman mengokohkan sistem Allah dalam kehidupan manusia (*iqrar li manhaj Allah fi al-hayah*) baik pada tataran individu (*fardiŷah*), keluarga (*usrah*), masyarakat (*mujtama'*), dan umat (*ummah*) demi kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat".
5. Hamka juga memberikan defenisi dakwah yaitu : "Bahwa dakwah mengandung arti seruan, ajakan, dan panggilan dengan arti seruan dapatlah kalimat dakwah itu melengkapi maksudnya dalam kedua jurusan, karena pada hakekanya adalah orang yang menyeru itu menyampaikan seruan kepada dua jurusan, yang pertama adalah Allah dan yang kedua adalah sesama manusia".
6. Azyumardi Azra menuliskan bahwa dakwah pada hakikatnya adalah usaha orang beriman untuk mewujudkan Islam dalam semua segi kehidupan, baik pada tataran individu, keluarga, masyarakat, maupun umat dan bangsa.
7. Masdar Helmy mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah

(Islam) termasuk *amr ma'ruf nahi munkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Meskipun banyak definisi tentang dakwah dengan redaksi yang berbeda, namun dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah:

1. Merupakan proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja.
2. Usaha yang diselenggarakan itu adalah berupa:
   a. Mengajak orang untuk beriman dan menaati perintah Allah SWT atau memeluk agama Islam.
   b. Amar makruf nahi munkar.
   c. Perbaikan dan pembangunan masyarakat (*islah*).
3. Proses penyelenggaraan usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai oleh Allah SWT.

Dengan kata lain dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan. Dengan dakwah yang dilakukan, tujuan dari diperkenalkannya ajaran agama dapat dilakukan.

Pada praktiknya dakwah harus mengandung dan melibatkan tiga unsur, yaitu : penyampai pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat baik dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira (*basyirân*) dan peringatan (*nadzirâ*) bagi manusia.

Dakwah memang senantiasa diperlukan untuk selalu mengingatkan manusia akan *amr ma'ruf nahi munkar,* dan bahwa hidup adalah penuh dengan pilihan serta jalan apa saja yang dapat ditempuh oleh manusia untuk memenuhi pilihannya. Oleh karena itu, penyampai pesan atau *da'i* haruslah orang yang

berkompeten di bidangnya, sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat pada umumnya.

C. Tujuan Dakwah

Tujuan merupakan pernyataan bermakna, keinginan yang dijadikan pedoman manajemen puncak organisasi untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang di lakukan dalam dimensi waktu tertentu. Tujuan (*objective*) diasumsikan berbeda dengan sasaran (*goals*). Dalam tujuan memiliki target-target tertentu untuk dicapai dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan sasaran adalah pernyataan yang telah ditetapkan manajemen puncak untuk menentukan arah organisasi dalam jangka panjang.

Adapun tujuan dakwah, pada dasarnya dapat dibedakan dalam dua macam tujuan, yaitu

1. Tujuan Umum Dakwah (*mayor objective*)

   Tujuan Umum Dakwah (*mayor objective*) merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Ini berarti tujuan dakwah yang masih berarti umum dan utama, di mana seluruh gerak langkahnya proses dakwah harus ditunjuk dan diarahkan kepadanya.

   Tujuan utama dakwah adalah nilai-nilai atau hasilakhir yang ingin dicapai atau diperoleh oleh keseluruhan aktivitas dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka semua penyusunan rencana dan tindakan dakwah harus mengarah ke sana.

2. Tujuan Khusus Dakwah (*Minor Objective*)

   Tujuan Khusus Dakwah merupakan perumusan tujuan dan penjabaran dari tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat jelas diketahui ke mana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah, dengan cara apa, bagaimana, dan sebagainya secara terperinci.

Dakwah Islamiyah adalah aktivitas yang dilakukan secara sadar dan mempunyai tujuan. Dalam bentuk asalnya, dakwah merupakan aktivitas nubuwah dalam menyampaikan wahyu kepada umat manusia, dengan tujuan utamanya berkaitan erat dengan tujuan ajaran wahyu (AlQuran dan Hadits).

Tujuan dakwah yaitu menyeru manusia kepada jalan Tuhan, bukan jalan-jalan yang lain, sebab hanya jalan Allah yang lurus. Jalan-jalan lain yang terbentang akan menceraiberaikan dan menyesatkan manusia, sebagaimana firman-Nya:

وَاَنَّ هٰذَا صِرَاطِيْ مُسْتَقِيْمًا فَاتَّبِعُوْهُ ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيْلِهٖ ۗ ذٰلِكُمْ وَصّٰىكُمْ بِهٖ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُوْنَ

Dan sungguh, inilah jalan-Ku yang lurus. Maka ikutilah! Jangan kamu ikuti jalan-jalan (yang lain) yang akan mencerai-beraikan kamu dari jalan-Nya. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu bertakwa.(QS. Al-An'am/6: 153).

Tujuan dakwah adalah tujuan diturunkannya ajaran Islam bagi umat manusia itu sendiri, yaitu untuk membuat manusia memiliki kualitas akidah, ibadah, serta akhlak yang tinggi. Dengan adanya dakwah Islam, diterima, dipahami, dilaksanakan , maka diharapkan akan tercipta masyarakat yang hidup dengan cara-cara yang diajarkan dalam AlQuran dan Sunnah. M. Yunan Yusuf berpendapat, dakwah adalah ajaran atau seruan dari seorang *da'i* untuk merubah situasi dan kondisi *mad'u* dari situasi yang belum maju menjadi lebih maju, belum tahu menjadi tahu, belum sejahtera menjadi sejahtera, guna mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Esensi dakwah pada hakekatnya adalah mengajak individu atau masyarakat kepada Islam. Dengan demikian dakwah Islam merupakan upaya mensosialisasikan dan mengkomunikasikan Islam bertujuan untuk mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik atau

meningkatkan kualitas iman dan Islam seseorang secara sadar dan timbul dari kemauannya sendiri tanpa merasa terpaksa oleh apa dan siapa pun. Dakwah dilakukan dengan persuasif, maka apa yang diharapkan dapat dicapai dengan baik.

D. Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah *da'i* (subjek dakwah), *mad'u* (obyek dakwah), materi dakwah/*maddah, wasîlah* (media dakwah), *tharîqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

1. Subjek Dakwah

   Subjek dakwah ialah orang yang melakukan dakwah, yaitu orang yang berusaha mengubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT, baik secara individu maupun berbentuk kelompok (organisasi), sekaligus sebagai pemberi informasi dan pembawa misi. Kata *da'i* ini secara umum sering disebut dengan sebutan mubaligh (orang yang menyampaikan ajaran Islam) namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran Islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhutbah), dan sebagainya. Sehubungan dengan hal tersebut terdapat pengertian para pakar dalam bidang dakwah, yaitu:

   a. Menurut A. Hasjmy: Juru dakwah adalah para penasihat, para pemimpin dan pemberi peringatan, yang memberi nasihat dengan baik, yang mengarang dan berkhutbah, yang memusatkan kegiatan jiwa raganya dalam *wa'ad* dan *wa'id* (berita pahala dan berita siksa) dan dalam membicarakan tentang kampung akhirat untuk melepaskan orang-orang yang karam dalam gelombang dunia.
   b. Menurut M. Natsir: Pembawa dakwah merupakan orang yang memperingatkan atau memanggil supaya memilih, yaitu memilih jalan yang membawa pada keuntungan.

Dalam kegiatan dakwah peranan *da'i* sangatlah esensial, sebab tanpa *da'i* ajaran Islam hanyalah ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. "Biar bagaimanapun baiknya ideologi Islam yang harus disebarkan di masyarakat, ia akan tetap sebagai ide, ia akan tetap sebagai cita-cita yang tidak terwujud jika tidak ada manusia yang menyebarkannya".

Da'i merupakan orang yang melakukan dakwah, yaitu orang yang berusaha mengubah situasi yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT, baik secara individu maupun berbentuk kelompok (organisasi). Sekaligus sebagai pemberi informasi dan misi. Pada prinsipnya setiap muslim atau muslimat berkewajiban berdakwah, melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Jadi mustinya setiap muslim itu hendaknya pula menjadi *da'i* karena sudah menjadi kewajiban baginya.

Sungguhpun demikian, sudah barang tentu tidak mudah berdakwah dengan baik dan sempurna, karena pengetahuan dan kesanggupan setiap orang berbeda-beda pula. Namun bagaimanapun, mereka wajib berdakwah menurut ukuran kesanggupan dan pengetahuan yang dimilikinya. Sejalan dengan keterangan tersebut, yang berperan sebagai muballigh dalam berdakwah dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Secara umum; adalah setiap muslim atau muslimat yang *mukallaf*, di mana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat tidak terpisahkan dari missionnya sebagai penganut Islam.
b. Secara khusus; adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhassis*) dalam bidang agama Islam yang dikenal dengan ulama.

Seorang *da'i* harus memiliki keadaan khusus yang merupakan syarat baginya agar dapat mencapai sasaran dan tujuan dakwah dengan sebaik-baiknya. Syarat-syarat itu ialah:

Pertama, mempunyai pengetahuan agama secara mendalam, berkemampuan untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan keterangan yang memuaskan. Syarat kedua, yaitu tampak pada diri *da'i* keinginan/kegemaran untuk melaksanakan tugas-tugas dakwah dan penyuluhan semata-mata untuk mendapatkan keridaan Allah dan demi perjuangan di jalan yang diridhainya. Syarat ketiga, harus mempelajari bahasa penduduk dari suatu negeri, kepada siapa dakwah itu akan dilancarkan. Sebabnya dakwah baru akan berhasil bilamana *da'i* memahami dan menguasai prinsip-prinsip ajaran Islam dan punya kemampuan untuk menyampaikannya dengan bahasa lain yang diperlukan, sesuai dengan kemampuannya tadi. Harus mempelajari jiwa penduduk dan alam lingkungan mereka, agar kita dapat menggunakan susunan dan gaya bahasa yang dipahami oleh mereka,dan dengan cara-cara yang berkenan di hati para pendengar. Sudahlah jelas bahwa untuk setiap sikon ada kata-kata dan ucapan yang sesuai untuk diucapkan; sebagaimana untuk setiap kala-kata dan ucapan ada pula sikonnya yang pantas untuk tempat menggunakannya. Syarat keempat, harus memiliki perilaku, tindak tanduk dan perbuatan sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan suri teladan bagi orang-orang lain.

Hamka mengingatkan kepada seorang *da'i* tentang delapan perkara sebagai berikut :

a. Hendaklah seorang *da'i* melihat dirinya sendiri apakah niatnya sudah bulat dalam berdakwah. Kalau kepentingan dakwahnya adalah untuk kepentingan diri sendiri, popularitas, untuk kemegahan dan pujian orang, ketahuilah bahwa pekerjaannya itu akan berhenti di tengah jalan. Karena sudah pasti bahwa di samping orang yang menyukai akan banyak pula yang tidak menyenangi.
b. Hendaklah seorang *da'i* mengerti benar soal yang akan diucapkannya.

c. Seorang *da'i* harus mempunyai kepribadian yang kuat dan teguh, tidak mudah terpengaruh oleh pandangan orang banyak ketika memuji,dan tidak tergoncang, ketika orang-orang melotot karena tidak senang. Jangan ada cacat pada perangai, meskipun ada cacat jasmani.
d. Pribadinya menarik, lembut tetapi bukan lemah, tawadhu tetapi bukan rendah diri, pemaaf tetapi disegani.
e. Seorang *da'i* harus mengerti pokok pegangan kita ialah AlQuran dan As Sunnah, di samping itu pun harus mengerti ilmu jiwa (Ilmu Nafs), dan mengerti adat-istiadat orang yang hendak didakwahi.
f. Jangan membawa sikap pertentangan, jauhkan dari sesuatu yang membawa perdebatan, sebab hal itu akan membuka masalah khilafiyah.
g. Haruslah diinsyafi bahwa contoh teladan dalam sikap hidup, jauh lebih berkesan kepada jiwa umat daripada ucapan yang keluar dari mulut.
h. Hendaklah seorang da'i itu menjaga jangan sampai ada sifat kekurangan yang akan mengurangi gengsinya dihadapan pengikutnya.

2. Objek Dakwah

Objek dakwah/*Mad'u* (sasaran dakwah) yaitu audiens atau orang-orang yang diseru dan diajak untuk mengikuti ajaran agama Islam sebagai penerima dakwah.

Objek dakwah adalah manusia yang menjadi audiens yang akan diajak ke dalam Islam secara kaffah atau yang menjadi sasaran dakwah. Mereka adalah orang-orang yang telah memiliki atau setidak-tidaknya telah tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan selain Islam. karena itu, objek dakwah senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural, sehingga objek dakwah ini akan senantiasa mendapat perhatian dan tanggapan khusus bagi pelaksanaan dakwah.

Mad'u (obyek dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan mad'u sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, profesi, ekonomi, dan seterusnya. Penggolongan *mad'u* tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Dari segi sosiologis, masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal dari kota besar.
b. Dari struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan dan santri, terutama pada masyarakat Jawa.
c. Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja, dan golongan orang tua.
d. Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang seniman, buruh, pegawai negeri.
e. Dari segi tingkatan sosial ekonomis, ada golongan kaya, menengah, dan miskin.
f. Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita.
g. Dari segi khusus ada masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana, dan sebagainya.

Berdasarkan keterangan tersebut dapat juga dikatakan bahwa unsur dakwah yang kedua adalah *mad'u*, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang- orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

3. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* yang berisi tentang ajaran-ajaran Islam. Materi dakwah adalah semua bahan atau sumber yang padat dipergunakan untuk berdakwah dalam

rangka mencapai tujan dakwah. Secara garis besar materi dakwah meliputi dua hal yaitu *amar ma'ruf nahi munkar*. *Amar ma'ruf* adalah suatu ajakan kepada orang lain untuk melakukan kebajikan, sedangkan nahi munkar adalah melarang dan mencegah seseorang untuk melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan perintah Allah SWT.

Materi dakwah yang disampaikan *da'i* bersumber dari AlQuran dan Hadits sebagai sumber utama, *ijma* dan *qiyas* sebagai pelengkap. Materi yang disampaikan berdasarkan sumber-sumber diatas meliputi aqidah, fiqih, dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. Barmawi Umar membagi materi dakwah yang terdapat di AlQuran dan Hadits ke dalam beberapa bagian, diantaranya:

a. Akidah yaitu menyebarkan dan menanamkan pengertian aqidah Islam iyah berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segala perinciannya.
b. Akhlak yaitu menerangkan mengenai akhlaq mahmudah dan akhlaq mazmumah dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti contoh-contoh yang telah berlaku dalam sejarah.
c. Ukhuwah yaitu mengambarkan persaudaran yang dikehendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta setiap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain.
d. Ahkam yaitu menjelaskan aneka ragam hukum, baik ibadah, muamalah, dan lain-lainya.
e. Pendidikan yaitu bagaimana sistem pengajaran dalam Islam yang telah dipraktikkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam dimasa sekarang.
f. *Amar ma'ruf* yaitu mengajak untuk berbuat baik guna memperoleh sa'adah fid daraoin.
g. *Nahi munkar* yaitu melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan akhirat.

Materi dakwah adalah ajaran Islam yang bersumber dari AlQuran dan Hadits sebagai sumber utama dalam aspek ajaran Islam yang meliputi aqidah, syari'ah, dan akhlak, dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.

Para *da'i* selama ini dalam penyampaian materi dakwah ada dua macam, yaitu:

Pertama, secara tektual. Dakwah tektual adalah penyampaian materi dakwah sesuai dengan teks AlQuran dan Hadits, dengan tidak mengurangi atau menambah. Penyampaian materi dakwah tektual ini tidak menggunakan dalil-dalil akal karena dianggap dapat merusak aturan-aturan yang sudah diatur oleh Islam.

Kedua, secara kontektual. Dakwah kontektual adalah dakwah yang dilakukan dengan cara memperhatikan hal-hal yang ada di luar teks aslinya. Dakwah kontektual melakukan dengan harapan agar dakwahnya lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat, yang terdiri dari berbagai macam dan model. Dakwah kontektual selalu memperhati situasi dan kondisi yang ada disesuaikan dengan kondisi dan situasi dari *mad'u*.

Dengan mempraktekkan kedua model, dapat dikombinasikan, maka akan didapatkan hasil yang lebih baik, sesuai goal yang ingin di capai. Tentunya dengan melaukan perencanaan dakwah model dakwah juga dapat disesuaikan.

4. Media Dakwah

Media dakwah (*wasilah*) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u*, baik berupa barang material, tempat, orang dan sebagainya. Untuk menyampaikan dakwah ajaran Islam dapat menggunakan berbagai media. Hamzah Ya'qub membagi dakwah menjadi lima macam, yaitu:

a. Lisan, adalah media dakwah yang paling sederhana dengan menggunakan lidah berbentuk pidato, ceramah, bimbingan, dan lain-lainnya.
b. Tulisan, adalah media dakwah berbentuk buku, majalah, dan lain-lainnya.
c. Lukisan yaitu lewat gambar atau ilustrasi, media ini berfungsi sebagai penarik.
d. Audiovisual adalah media dakwah ini melalui indra penglihatan dan pendengaran, diantarannya: televisi, film, dan lain-lain.
e. Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan yang mencerminkan ajaran agama Islam, yang disaksikan langsung oleh *mad'u*.

Media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum masa sekarang. Yang dinamakan media saat ini antara lain media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya. Bahkan dapat dikatakan alat-alat tersebut telah melekat tak terpisahkan dengan kehidupan manusia di abad ini.

Di masa yang semakin maju, media dakwah berkembang lebih jauh lagi dengan merambah dunia maya/internet, sehingga dakwah sekarang tidak lagi terbatas dengan ruang dan waktu.

5. Metode Dakwah

Hal yang sangat erat kaitannya dengan metode *wasilah* adalah metode (*thariqah*) dakwah. Kalau *wasilah* adalah alat-alat yang dipakai untuk mengoperkan atau menyampaikan ajaran Islam maka thariqah adalah metode yang digunakan dalam dakwah.

Arifin dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Pendidikan Islam*, menyatakan: metode berasal dari dua perkataan yaitu *meta* dan *hodos*. *"Meta"* berarti "melalui", dan "*hodos*"

berarti "jalan atau cara". Dengan demikian asal kata "metode" berarti suatu jalan yang dilalui untuk mencapai suatu tujuan.

Secara etimologi, metode berasal dari bahasa Yunani *metodos* yang artinya jalan.

Jadi metode dakwah adalah jalan atau cara-cara untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya. Jika suatu pesan itu baik sekalipun, namun jika disampaikan lewat metode yang tidak benar maka pesan itu bisa saja ditolak oleh penerima pesan.

Maka dari itu kejelian dan kebijakan juru dakwah dalam memilih dalam memakai metode sangat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan dakwah. Secara umum metode dakwah ada tiga, yaitu: 1) *hikmah;* 2) *mau'izah al-hasanah;* 3) *mujadalah billati hiya ahsan*.

6. Efek Dakwah

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap aktifitas dakwah akan menuai reaksi baik positif maupun negatif. Artinya adalah setiap dakwah akan memiliki efek (*Atsar*) pada objek dakwah. Efek dakwah seringkali disebut *feedback* (umpan balik) *da'i*. Proses dakwah ini seringkali diabaikan oleh pelaku dakwah. Mereka seakan merasa tugas dakwah selesai manakala telah selesai menyampaikan materi dakwah.

Nilai penting dari efek dakwah terletak dalam kemampuan mengevaluasi dan koreksi terhadap metode dakwah. Hal tersebut harus dilakukan dengan komprehensif dan radikal, artinya tidak parsial, menyeluruh, tidak setengah-setengah. Seluruh unsur-unsur dakwah harus dievaluasi secara total guna efektifitas yang menunjang keberhasilan tujuan dakwah.

Menurut Jalaludin Rahmat efek kognitif bisa terlihat bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi khalayak. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang disenangi dan dibenci khalayak yang meliputi emosi, sikap serta nilai. Sedangkan efek behavioral dapat diketahui dengan perilaku nyata yang diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

Dengan memperhatikan *atsar*, maka *da'i* akan dapat mengevaluasi apa saja yang perlu diperbaiki atau dikembangkan dalam proses dakwah yang dilakukannya.

BAB IV
JURNALISTIK DAKWAH

A. Pengertian Jurnalistik Dakwah

Tidak satu benda atau kata pun yang ada di dunia ini tidak berfungsi. Allah yang Maha Pemurah telah menciptakan seluruh isi bumi ini dengan fungsinya; untuk kemaslahatan umat. Namun, dalam kehidupan real selanjutnya, kadang manusia tidak memahami fungsi dari eksistensi suatu kata atau suatu benda tersebut. Terlebih kata komunikasi, sebagaimana dipaparkan di atas, jika disimak secara saksama fungsi komunikasi itu sangat banyak, bahkan mungkin akan lebih dulu habis tinta, ketimbang dapat memaparkan fungsi komunikasi sampai selesai. Hal itu untuk menggambarkan betapa banyaknya fungsi komunikasi dalam kehidupan manusia di dunia ini. Namun, demikian bukan berarti orang tak mampu menuliskannya. Banyak peminat komunikasi atau ilmuwan komunikasi yang sudah memaparkan persepsinya tentang fungsi komunikasi, tetapi mereka belum mampu memuaskan semua pihak. Masih memungkinkan muncul persepsi lain tentang fungsi komunikasi. Oleh karena itu, buku ini dipastikan tidak akan mampu memuaskan para peminat komunikasi dalam hal memaparkan fungsi komunikasi.

Deddy Mulyana dengan menggunakan kaca mata agama Islam membongkar hakikat fungsi manusia berkomunikasi. Menurutnya, Tuhanlah yang mengajari manusia berkomunikasi, dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada manusia.

اَلرَّحْمٰنُ ۙ عَلَّمَ الْقُرْاٰنَ ۗ خَلَقَ الْاِنْسَانَ ۙ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ

(Allah) Yang Maha Pengasih, Yang telah mengajarkan AlQuran.Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara. (QS. Ar-Rahman/55 : 1-4).

وَعَلَّمَ اٰدَمَ الْاَسْمَآءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلٰٓئِكَةِ فَقَالَ اَنْۢبِـُٔوْنِيْ بِاَسْمَآءِ هٰٓؤُلَآءِ اِنْ كُنْتُمْ صٰدِقِيْنَ قَالُوْا سُبْحٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَآ اِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا ۗاِنَّكَ اَنْتَ الْعَلِيْمُ الْحَكِيْمُ قَالَ يٰٓاٰدَمُ اَنْۢبِئْهُمْ بِاَسْمَآئِهِمْ ۚ فَلَمَّآ اَنْۢبَاَهُمْ بِاَسْمَآئِهِمْ ۙ قَالَ اَلَمْ اَقُلْ لَّكُمْ اِنِّيْٓ اَعْلَمُ غَيْبَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ ۙ وَاَعْلَمُ مَا تُبْدُوْنَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُوْنَ

Dan Dia ajarkan kepada Adam nama-nama (benda) semuanya, kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, "Sebutkan kepada-Ku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar!" Mereka menjawab, "Mahasuci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami. Sungguh, Engkaulah Yang Maha Mengetahui, Mahabijaksana." Dia (Allah) berfirman, "Wahai Adam! Beritahukanlah kepada mereka nama-nama itu!" Setelah dia (Adam) menyebutkan nama-namanya, Dia berfirman, "Bukankah telah Aku katakan kepadamu, bahwa Aku mengetahui rahasia langit dan bumi, dan Aku mengetahui apa yang kamu nyatakan dan apa yang kamu sembunyikan?" (QS. Al-Baqarah/2 : 31-33).

Persepsi fungsi komunikasi sebagaimana diungkapkan Deddy Mulyana dengan mengutif ayat-ayat dalam AlQuranmemang tidak dapat disangkal dan menguatkan hakikat dari manusia berkomunikasi. Hakikat manusia berkomunikasi merupakan upaya menjalankan tugas sebagai khalifah di muka bumi ini. Tugas pokok manusia sebagai khalifah di muka bumi ini adalah menghambakan diri dan mengabdikan diri kepada Allah Swt dengan jalan beriman dan bertakwa kepada-Nya. Dalam konteks lain, dapat lebih ditegaskan bahwa manusia berkomunikasi adalah menjalankan perintah Allah atau dalam istilah agama adalah beribadah. Manusia berkomunikasi adalah beribadah.

Hal itu sejalan dengan visi ke-Islaman yang memegang teguh filsafat komunikasi *hablum minannas* dan *hablum minallah* bahwa manusia harus menjalin komunikasi dengan sesama manusia dan dengan Sang Khaliq; Allah Swt. Oleh karena itu, lahirlah model komunikasi vertikal dan horizontal. Kedua model inilah yang menurunkan makin banyak cabang ilmu komunikasi. Komunikasi vertikal menurunkan lahirnya komunikasi transendental, supranatural, suprasegmental, dan komunikasi ritual. Sementara itu, komunikasi horizontal melahirkan komunikasi intrapersonal, antar-persona, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, komunikasi massa, dan jenis komunikasi lainnya yang berkait dengan menjalin hubungan antara manusia dengan manusia lainnya baik secara individual maupun kelompok, baik komunikasi bermedia atau pun komunikasi langsung.

Kegiatan jurnalistik Islam, sudah dicontohkan sejak zaman Khalifah seperti pembukuan AlQuran yang kita kenal dengan mushaf dalam perspektif jurnalistik, AlQuran adalah karya jurnalistik juga, yakni diformat dalam buku yang isinya firman-firman Allah SWT. Demikian pula, termasuk karya jurnalistik adalah kitab-kitab kumpulan Hadits seperti Shahih Bukhari dan Shahih Muslim, dan sebagainya.

Jadi dalam ranah ini, proses penyebaran informasi seorang informan sangat erat kaitannya dengan kegiatan dakwah di dalam Agama Islam yaitu sarana menghimbau orang lain kepada kebaikan. Komunikasi diharapkan dapat menjembatani gagasan dari penyampai pesan (komunikator) kepada komunikan (penerima pesan), dan beberirisan dengan kegiatan dakwah yang dilakukan *da'i* kepada *mad'u* dalam istilah dakwah.

Kegiatan dakwah mengalami lonjakan jauh seiring perkembangan era media sosial yang menggunakan teknologi super canggih seperti saat ini, serta meninggalkan teori klasik yang ada dalam ilmu dakwah. Aktivitas dakwah merupakan

amalan yang diperintahkan dalam Islam kepada semua pemeluk agama Islam, karena merupakan bagian amalan yang sangat dianjurkan. Bahkan sejak awal kehadiran islam sebagai Wahyu yang diberikan kepada Nabi Muhammad Saw menempatkan Islam sebagai agama langit yang penyebarannya menggunakan literasi dari firman Tuhan.

Dakwah Islam dalam perkembangannya mengalami dinamika yang beragam, baik yang ditentukan oleh subyek dakwah (*da'i*) maupun realitas obyek (*mad'u*) Gerakan dakwah saat ini dan yang akan datang dihadapkan pada kondisi sosial yang berkembang sehingga secara otomatis menuntut pola pengembangan gerakan dakwah yang sistematis, baik secara teoritis maupun secara aplikatif.

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Beragam media komunikasi bersaing dalam memberikan informasi tanpa batas. Dunia kini dan sedang berubah, bergulir dalam proses revolusi informasi dan komunikasi yang melahirkan peradaban baru, sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Tak pelak, masyarakat saat ini telah berubah menjadi masyarakat yang sangat bergantung pada teknologi.

Perkembangan ini tidak selalu membawa dampak positif dalam kehidupan manusia, bahkan sebagian kaum akademisi dan para pakar justru mengkhawatirkan dampak negatif yang dibawa arus kemajuan teknologi informasi saat ini. Di sisi lain, hal ini dapat menjadi media efektif untuk perbaikan atau pemaslahatan manusia ke arah yang lebih baik dan maju. Termasuk menjadi media efektif dalam pengembangan agama (Islam) atau secara khusus pengembangan dakwah.

Jurnalistik dakwah terdiri dari dua kata, yakni: jurnalistik dan dakwah. Secara universal, dakwah dapat diartikan sebagai upaya untuk mengajak ummat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.

Sedangkan pengertian jurnalistik, ada banyak tokoh yang mencoba mendifinisikannya. Di antaranya adalah Fraser Bond dan Onong U. Effendi. Menurut Bond, Jurnalistik adalah segala bentuk membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai kepada kelompok pemerhati. Dan, Onong mengartikan jurnalistik sebagai teknik mengelola berita sejak dari mendapatkan bahan sampai kepada menyebarluaskannnya kepada khalayak.

Dari pendapat kedua tokoh di atas dapat disimpulkan bahwa, jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan mengumpulkan, menyiapkan, mengedit, menuliskan dan menyebarkan informasi melalui media massa.

Dengan demikian, Jurnalistik Dakwah adalah suatu proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai kebenaran yang sesuai dengan ajaran Islam, khususnya yang menyangkut agama dan umat Islam.

Jurnalistik Dakwah dapat juga dimaknai sebagai "proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan dan sosialisasi nilai- nilai Islam". Dapat disimpulkan, jurnalistik dakwah yaitu proses peliputan dan pelaporan peristiwa yang mengandung pesan dakwah berupa ajakan ke jalan Allah SWT.

Jurnalistik Islami atau jurnalistik dakwah adalah proses meliput, mengolah dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari AlQuran dan Sunnah.

Jurnalistik Islami memiliki peluang strategis membangun opini masyarakat yang berorientasi pada pemberitaan tentang ajaran AlQuran dan Sunnah sebagai sumber stimulus memperbaiki aqidah, syariah dan akhlaq. Ini menjadi peluang bagi jurnalis Islam dalam pengembangan dakwah masa depan.

Kegiatan jurnalistik Islam, sudah dicontohkan sejak zaman Khalifah seperti pembukuan AlQuran yang kita kenal

dengan mushaf dalam perspektif jurnalistik, AlQuran adalah karya jurnalistik juga, yakni diformat dalam buku yang isinya firman-firman Allah SWT. Demikian pula, termasuk karya jurnalistik adalah kitab-kitab kumpulan Hadits seperti Shahih Bukhari dan Shahih Muslim, dan sebagainya.

Jurnalistik islami juga masuk kategori Jurnalisme Profetik (Jurnalisme Nabawi), yaitu jurnalistik yang mengemban misi (risalah) kenabian yakni menegakkan tauhid dan syiar Islam. Pada prinsipnya, jurnalistik Islam berkarakteristik sebagai seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw yaitu:

Pertama, *shiddiq Al-shidq* mengacu kepada pengertian jujur dalam berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan. Dalam konteks jurnalistik, *shiddiq* adalah menginformasikan sesuatu yang benar dan membela serta menegakkan kebenaran itu. Standar kebenarannya tentu saja kesesuaian dengan ajaran Islam (AlQuran dan As-Sunnah). Kedua, amanah artinya terpercaya, dapat dipercaya, karenanya tidak boleh berdusta, merekayasa, memanipulasi atau mendistorsi fakta. Ketiga, *tabligh* artinya menyampaikan, yakni menginformasikan kebenaran, bukan malah memutarbalikkan kebenaran. Empat, *fathonah* artinya cerdas dan berwawasan luas. Jurnalis muslim dituntut mampu menganalisis dan membaca situasi, termasuk membaca apa yang diperlukan umat dengan meneladani kecerdasan Nabi Muhammad (*prophetic intelligence*).

Lebih lanjut, karakteristik yang harus ada, dipedomani, diimplementasikan dalam jurnalistik Islami sebagai berikut yaitu 5 peran seorang jurnalis muslim dalam menjalankan dakwah:

Pertama, sebagai pendidik (*muaddib*), yaitu melaksanakan fungsi edukasi yang Islami. Ia harus lebih menguasai ajaran agama Islam dari rata-rata khalayak pembaca. Lewat media massa, ia berperan mendidik umat Islam agar melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Ia memikul tugas untuk mencegah umat Islam melenceng dari

syariat Islam, juga melindungi umat dari pengaruh buruk media massa non Islami yang anti-Islam.

Kedua, sebagai pelurus informasi (*musaddid*). Dalam hal ini, setidaknya ada 3 hal yang harus diluruskan oleh para wartawan Muslim.

1. Informasi tentang ajaran dan umat Islam,
2. Informasi tentang karya-karya atau prestasi umat Islam,
3. Menggali (dengan *investigative reporting*) tentang kondisi umat Islam di berbagai penjuru dunia.

Ketiga, sebagai pembaharu (*mujaddid*), yakni penyebar paham pembaharuan akan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam (reformisme Islam). Wartawan Muslim hendaknya menjadi juru bicara para pembaharu, yang menyerukan umat Islam memegang teguh AlQuran dan As-Sunnah, memurnikan pemahaman tentang Islam dan pengamalannya (membersihkannya dari *bid'ah, khurafat*, tahayul, dan isme-isme yang tidak sesuai ajaran Islam), dan menerapkannya dalam segala aspek kehidupan umat.

Keempat, Sebagai pemersatu (*muwahid*), yaitu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam. Oleh karena itu, kode etik jurnalistik yang berupa impartiality (tidak memihak pada golongan tertentu dan menyajikan dua sisi dari setiap informasi) harus ditegakkan. Wartawan muslim harus membuang jauh-jauh sikap sektarian (berpihak sebelah pada golongan tertentu).

Kelima, Sebagai pejuang (*mujahid*), yaitu pejuang-pejuang pembela Islam. Melalui media massa, wartawan muslim berusaha keras mendorong penegakan nilai-nilai Islam, menyemarakkan syiar Islam, mempromosikan citra lslam sebagai rahmatan lil alamin.

Adapun ideologi seorang jurnalis muslim haruslah sesuai dengan karakteristik Jurnalistik Islam itu sendiri, sebab ideologi ini yang akan mendorong munculnya ghirah, semangat, membela kepentingan Islam dan umatnya, juga

menyosialisasikan nilai-nilai Islam, sekaligus meng-*counter* dan mem-filter derasnya arus informasi jahili dari kaum anti-Islam.

Ciri khas jurnalistik dakwah adalah menyebarluaskan informasi tentang perintah dan larangan Allah Swt. Seorang jurnalis muslim berpesan (*message*) dan berusaha keras untuk mempengaruhi komunikan/khalayak, agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam.

B. Ruang Lingkup Jurnalistik Dakwah

Ruang lingkup jurnalistik dakwah diantaranya adalah: pesan, media dan masyarakat.

1. Pesan.

   Pesan dalam jurnalisme dakwah yaitu berupa tulisan atau sejenisnya terkait jurnalistik yang berisikan dakwah (terdapat unsur dakwah di dalamnya). Tulisan atau produk jurnalistik terdiri dari

   a. *News*: berita, feature. Secara sederhana, berita adalah laporan peristiwa yang bersifat aktual, faktual, penting dan menarik. Dan feature adalah khas kreatif yang berpijak pada jurnalistik sastra tentang satu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan bertujuan untuk memberi informasi sekaligus menghibur khalayak media massa.
   b. *Views*: tajuk rencana, artikel, kolom dan lainnya. Tajuk rencana yaitu artikel dalam surat kabar atau majalah yang mengungkapkan pendirian editor atau pimpinan surat kabar atau majalah tersebut mengenai beberapa pokok masalah. Artikel adalah tulisan tentang suatu masalah dan pendapat penulisannya yang di media massa dan media cetak. Dalam hal ini, artikel dakwah adalah tulisan tentang masalah keislaman baik berupa ajaran, ajakan ataupun pengetahuannya. Dan, kolom adalah tulisan lepas berisi opini sesorang yang lebih banyak

menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat.

2. Media.

   Bentuk media jurnalistik dakwah yaitu:

   a. Media cetak. dalam media cetak contohnya seperti majalah dinding mesjid, buletin masjid, koran, majalah, tabloid, dan sebagainya.
   b. Media elektronik. Dalam media elektronik contohnya seperti di televisi dan radio, di sinilah wadah untuk menyebarkan jurnalistik dakwahnya.

3. Masyarakat.

   Jurnalisme dakwah yang terdiri dari unsur jurnalisme dan dakwah dapat memberikan khasanah ilmu dalam kajian dakwah berupa pemahaman kejurnalistikan dalam dakwah. *Amar ma'ruf nahi munkar* yang menjadi inti dari kegiatan dakwah bisa dieksplor lewat media massa.

   Masyarakat sebagai penerima berita atau informasi yang diberikan oleh seorang jurnalis, maka pemberian pesan yang disampaikan harus baik, bagus, dan benar. Penyampaian informasi atau pengetahuan yang disampaikan oleh seorang jurnalis akan berpengaruh pada masyarakat.

   Bila penyampaian info dan pesannya baik, maka tidak dapat dipungkiri dan berkemungkinan besar bahwa masyarakatpun akan menjadi lebih baik. Namun sebaliknya, bila seorang jurnalis itu memberikan info yang buruk atau salah masyarakat pun tidak akan menjadi lebih baik.

C. Dasar-Dasar Jurnalistik Dakwah

Dari kegiatan Nabi dan para sahabat melaksanakan dakwah tertulis terutama yang ditunjukan kepada raja-raja, menunjukan bahwa landasan jurnalistik telah diletakakan oleh

beliau selaras dengan kondisi dan kemajuan umat pada waktu itu.

Jika sekarang ini banyak wartawan yang mahir meng-*cover* suatu berita atau kejadian, maka di zaman Rasulluah para sahabat telah menseponsori pemberitaan mengenai diri pribadi nabi Muhammad. Para sahabat mahir meng-cover berita-berita kejadian di zaman Nabi terutama menyangkut langsung kegiatan Rasulluah. Baik perbuatan (*af'al*) beliau, maupun perkataan beliau (sabda-sabda) beliau.

Berkat jasa-jasa para reporter sahabat yang dicatat oleh para ahli Hadist, ratusan ribu hadist telah berhasil ditulis. Hadist itu sendiri menurut bahasa adalah: berita, warta, khabar, kejadian. Yang dimaksud di sini adalah segala berita dan kejadian yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan demikian ilmu Hadist adalah ilmu yang mempelajari tentang berita-berita kejadian yang berhubungan dengan Nabi. Dengan demikian segala materi dakwah yang dibawakan para mubaligh yang berhubungan dengan diri nabi, adalah berkat jasa-jasa dan kemahiran sahabat-sahabat meng-*cover* berita-berita Nabi.

Sejarah perkembangan Islam sendiri tidak terlepas dari dan selalu dikawal oleh kegiatan jurnalistik sebagai media yang mempermaklumkan ajaran-ajaran Allah dan Rasul-Nya. Pertumbuhan Islam selalu didampingi dengan kegiatan tulis-menulis, karang mengarang yang dilakukan oleh jurnalis-jurnalis Islam dalam bidang dan bakatnya masing-masing, seperti: sejarah, kebudayaan, sastra, hukum, teknik, filsafat, dan lain-lain.

"Dasar hukum" Jurnalistik Dakwah yaitu ayat Al-Quran yang juga menjadi dasar aktivitas dakwah secara umum:

مِنْ قَبْلُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَاَنْزَلَ الْفُرْقَانَ ؕ اِنَّ الَّذِيْنَ كَفَرُوْا بِاٰيٰتِ اللّٰهِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيْدٌ ؕ وَاللّٰهُ عَزِيْزٌ ذُو انْتِقَامٍ ؕ

Sebelumnya, sebagai petunjuk bagi manusia, dan Dia menurunkan Al-Furqan. Sungguh, orang-orang yang ingkar terhadap ayat-ayat Allah akan memperoleh azab yang berat. Allah Mahaperkasa lagi mempunyai hukuman. (QS Ali Imran/3:104).

Menyeru kepada kebaikan (*al-khair*) dan *'amar ma'ruf nahyi munkar*, berdasarkan ayat tersebut, menjadi visi-misi jurnalistik dakwah. Informasi, pesan, tulisan, atau berita yang disebarkan dalam konteks jurnalistik dakwah senantiasa mengacu pada kebaikan dalam perspektif Islam dan bertujuan menegakkan kebenaran serta mencegah hal-hal munkar (bertentangan dengan syariat Islam), bukan menyampaikan sajian yang sifatnya gemar membuka issu baru yang sensetif di masyarakat. Melainkan fakta dan opini objektif dan berimbang. Dalam sebuah penggalan hadis Nabi Muhammad Saw riwayat Al Bukhari dinyatakan bahwa Nabi bersabda,

بلغوا عني ولو آية

yang secara populer diartikan dengan "Sampaikanlah olehmu sekalian dariku meski hanya satu ayat (AlQuran). Sampaikanlah olehmu sekalian dariku meski Anda menggunakan media massa. Hal ini berarti mengajak untuk mempertinggi kualitas *'amar ma'ruf nahyi munkar* merupakan pekerjaan Nabi Muhammad Saw selama hidupnya. Perilaku seperti ini tetap menjadi bentuk alternatif dari jurnalistik dakwah yang pernah Rasulullah Saw lakukan saat membangun komunikasi dengan para pemimpin suku dan pemimpin negara lain. Beliau mengirim utusan yang membawa surat ajakan masuk Islam.

Pada masa awal setelah diangkat sebagai utusan Allah, Nabi Muhammad Saw membangun komunikasi dengan para pemimpin suku dan pemimpin negara lain. Beliau mengirim utusan yang membawa surat ajakan masuk Islam. Korespondensi melalui surat itu tujukan kepada Heraclius, Kisra, Muqauqis di Mesir, Harits Al-Ghassani (Raja Hira),

Hercules di Bizantium, Harits Al-Himyari (Raja Yaman) dan kepada Najasi, penguasa Abesinia (Ethiopia).

Surat Rasulullah itu antara lain berbunyi, "Saya mengajak tuan memperkenankan panggilan Allah, peluklah Islam supaya tuan selamat". Surat-surat tersebut selalu diakhiri sebuah stempel dari perak yang dicetak dengan tiga baris tulisan: Baris pertama: Allah; baris kedua: Rasul; dan baris ketiga: Muhammad. Lalu Beliau memilih beberapa orang sahabat yang berpengalaman sebagai kurir untuk menemui raja-raja tersebut. Sepanjang hidupnya, Rasulullah Saw 'menulis risalah-nya sebanyak 43 buah surat.

Berdakwah memang memiliki banyak cara. Secara garis besar ada dua jenis dakwah; ada yang disebut dengan dakwah cultural, meliputi lewat sosial, media sosial, dan budaya. Lalu ada dakwah struktural; yakni berdakwah lewat jalur kekuasaan dan birokrasi.

Seiring dengan perkembangan zaman, kini metode berdakwah tidak lagi hanya dalam diskusi atau membuka forum tertentu saja. Tetapi, dakwah juga dilakukan dengan cara yang lebih modern dalam artian tidak hanya melalui percakapan dalam forum diskusi melainkan memanfaatkan adanya teknologi melalui media massa khususnya media jurnalistik, seperti buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk dan lain-lain yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif. Keuntungan lain dari dakwah model ini tidak menjadi musnah meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat. Menyangkut dakwah *bi al-qalam* ini Ali bin Abi Thalib mengungkap sebuah pameo klasik, "Tulisan adalah tamannya para ulama". Rasulullah Saw bersabda, "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada".

Secara langsung memang tidak ditemui dalam Al-Quran anjuran menggunakan media tulisan sebagai alat dakwah, tetapi secara tersirat dapat dipahami dari satu surat yang terdapat

dalam Al-Quran, yaitu surat Al-Qalam. Dalam surat tersebut dinyatakan bahwa Allah SWT bersumpah dengan huruf *nun*, sebagai isyarat terpenting tentang peran huruf, pena dan tulisan dalam pelaksanaan dakwah Islamiyah. Hal ini dapat lebih dipahami dengan menelaah surat Al-Qalam ayat 1.

نٓ وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُوْنَ ۙ

Nun. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan. (QS. Al-Qalam/68: 1).

Ini menunjukkan bahwa Rasulullah Saw selain melaksanakan metode lisan juga dengan jurnalistik dakwah melalui tulisan (surat).

D. Kode Etik Jurnalistik Dakwah

Mustahil jika kita bisa mendapati Al-Qur'an berbicara tentang jurnalistik, tetapi bisa didapati bahwa perilaku kejurnalistikan banyak disinggung oleh Al-Quran. Di dalam jurnalistik ada yang biasa di sebut kode etik jurnalistik. Kode etik dalam jurnalistik dijadikan selaku pedoman dasar kepada seorang wartawan ketika kegiatan menghimpun berita. Saat tugas jurnalistik di lakukan, ada beberapa fungsi pers meliputi *to inform* (untuk memberikan informasi), *to educate* (untuk pembelajaran), *to influence* (pengaruh), *to entertain* (untuk memuaskan atau menghibur), dan *to mediate* (untuk bermeditasi).

Kebebasan para jurnalis juga di batasi oleh kode etik ini, maksudnya pada saat kegiatan pers berlangsung jurnalis juga harus memperhatikan kepentingan orang lain atau hak semua orang dan juga harus mempertanggung jawabkan kebenarannya. Mengingat jurnalisme dalam Islam digunakan sebagai media dakwah, maka sebagai jurnalis wajib menggunakan AlQuran serta Sunnah Nabi sebagai ideologinya. Dengan demikian, kandungan AlQuran serta Sunah Nabi

digunakan sebagai landasan dari aktivitas dalam jurnalisme. Landasan tersebut dikenal sebagai etika, etika jurnalisme adalah batasan-batasan yang harus ditaati dalam memberitakan suatu informasi kepada masyarakat.

Adapun etika jurnalisme menurut perspektif Islam yaitu:

1. Harus memperjuangkan kebenaran dengan segala konsekuensinya

ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An Nahl/16: 125).

Dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan Allah SWT memerintahkan kepada Rasul-Nya, Nabi Muhammad SAW agar menyeru manusia untuk menyembah Allah dengan cara yang bijaksana. Apabila terhadap orang-orang yang dalam rangka menyeru mereka diperlukan perdebatan dan bantahan. Maka hendaklah hal ini dilakukan dengan cara yang baik. yaitu dengan lemah lembut, tutur kata yang baik, serta cara yang bijak.

Dengan demikian manusia diperintahkan untuk memperjuangkan kebenaran dengan cara bijaksana dalam hidup, *Mauidhah hasanah* (memberi ajaran yang baik), dan *Jidal* (berdebat) dengan benar. Selain memperjuangkan kebenaran, menjadi jurnalis memiliki peran penting yaitu:

a. Dapat menilai secara kritis lingkungan eksternal dan menyaring berita-berita Barat yang dapat menimbulkan prasangka kriminal terhadap Islam.

b. Harus mampu menerjemahkan dan membatasi semangat pembaruan dan ide-ide kreatif di masa kini. Islam membutuhkan sikap positif untuk dapat berbicara tentang berbagai masalah sosial masa kini dan masa depan.
c. Harus mampu melakukan proses pengenalan, dalam rangka membina dan menyebarluaskan kekayaan intelektual Islam.
d. Harus mampu menyatukan kelompok-kelompok masyarakat sekaligus menanamkan kesediaan untuk terbuka kepada mereka yang berbeda pemahaman.

2. Senantiasa dengan itikad baik dan mengecek kebenaran

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (QS. Al Hujarat/49: 6).

Allah SWT. memerintahkan (kaum mukmin) untuk memeriksa dengan teliti berita dari orang fasik, dan hendaklah mereka bersikap hati-hati dalam menerimanya dan jangan menerimanya dengan begitu saja, yang akibatnya akan membalikkan kenyataan. Orang yang menerima dengan begitu saja berita darinya, berarti sama dengan mengikuti jejaknya. Sedangkan Allah SWT telah melarang kaum mukmin mengikuti jalan orang-orang yang rusak. Berangkat dari pengertian inilah ada sejumlah ulama yang melarang kita menerima berita (riwayat) dari orang yang tidak dikenal, karena barangkali dia adalah orang yang fasik. Tetapi sebagian ulama lainnya mau menerimanya dengan alasan bahwa kami hanya

diperintahkan untuk meneliti kebenaran berita orang fasik, sedangkan orang yang tidak dikenal (*majhul*) masih belum terbukti kefasikannya karena dia tidak diketahui keadaannya.

Dampak berbagi informasi palsu sangatlah berdampak fatal bahkan bisa mengancam kehidupan seorang, manusia sebagai makhluk Allah paling sempurna kita wajib selektif dalam memilih informasi, sebagai jurnalis haruslah memberitakan sebuah berita berdasar pada fakta, sesuai dalam KEJ pasal 1 sampai pasal 11:

a. Wartawan Indonesia bersikap independen dan menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk.
b. Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam malaksanakan tugas jurnalistik.
c. Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampur adukkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
d. Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
e. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
f. Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
g. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan "*off the record*" sesuai dengan kesepakatan.
h. Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi

terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

i. Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
j. Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
k. Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

3. Tidak menerima suap atau menyalahgunakan profesi jurnalis

وَلَا تَأْكُلُوٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui. (QS. Al Baqaroh/2: 188)

Dalam ayat di atas tentang sesuatu yang dilarang dalam Islam tentang suap menyuap. Dalam kandungan hukum Islam baik pemberi dan penerima dilarang dalam hal suap menyuap, menurut Dr. Abdul Karim Zaidan suap menyuap terbagi menjadi beberapa, yaitu:

a. Haram bagi pemberi dan penerima, jika memberikan hadiah untuk memperoleh status.
b. Haram memberikan sesuatu kepada hakim untuk memenangkan perkara, walaupun orang tersebut

menang dalam perkara, karena itu sudah menjadi tugas dan kewajiban hakim.

c. Haram bagi seseorang yang menerima suap untuk memberikan sesuatu agar mendapatkan perlakuan yang sama di hadapan penguasa dengan tujuan mencegah kerugian dan memperoleh keuntungan.
d. Halal jika memberikan sesuatu kepada seseorang yang tidak bertugas di pengadilan atau lembaga tertentu agar dapat membantunya memperoleh haknya di pengadilan atau lembaga, maka hukumnya halal karena itu adalah upah dari potensi yang telah ia keluarkan.

Dalam profesi jurnalistik, penyalahgunaan profesional adalah tindakan mengambil keuntungan dari berita yang diterima sebelum diketahui publik. Suap adalah pemberian hadiah berupa uang, barang dan fasilitas dari pihak ketiga yang mengganggu independensi. Pelecehan terhadap profesi dan penyuapan bertentangan dengan aturan Islam dan kita harus menjauhinya.

4. Mengerti batasan-batasan jurnalis

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَدْخُلُوْا بُيُوْتًا غَيْرَ بُيُوْتِكُمْ حَتّٰى تَسْتَأْنِسُوْا وَتُسَلِّمُوْا عَلٰٓى اَهْلِهَا ۗذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُوْنَ فَاِنْ لَّمْ تَجِدُوْا فِيْهَآ اَحَدًا فَلَا تَدْخُلُوْهَا حَتّٰى يُؤْذَنَ لَكُمْ وَاِنْ قِيْلَ لَكُمُ ارْجِعُوْا فَارْجِعُوْا هُوَ اَزْكٰى لَكُمْ ۗوَاللّٰهُ بِمَا تَعْمَلُوْنَ عَلِيْمٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Yang demikian itu lebih baik bagimu, agar kamu (selalu) ingat. Dan jika kamu tidak menemui seorang pun di dalamnya, maka janganlah kamu

masuk sebelum kamu mendapat izin. Dan jika dikatakan kepadamu, "Kembalilah!" Maka (hendaklah) kamu kembali. Itu lebih suci bagimu, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. An Nur/24: 27-28).

Isi dalam ayat ini, Islam dengan jelas menetapkan hak atas privasi. Sebagaimana dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa Inilah etika-etika syariat yang diajarkan oleh Allah kepada hamba-hamba-Nya yang beriman, yaitu etika dalam meminta izin masuk kedalam rumah orang lain untuk keperluan. Allah menandaskan bahwa mereka tidak boleh memasuki rumah orang lain sebelum meminta izin kepada para penghuninya dan memberikan ucapan salam kepada mereka.

Menjaga segala sesuatu yang sifatnya pribadi adalah kebutuhan yang harus diutamakan karena berkaitan dengan menjaga kehormatan diri. Dalam jurnalistik, ada beberapa batasan-batasan tertentu agar jurnalis tidak berlebihan dalam membeberkan suatu informasi yang nantinya dapat merugikan korban, narasumber, pelaku dan pihak lainnya. Berikut adalah beberapa hal yang perlu dibatasi, yaitu:

a. Batasan umum yang mengikat segala hak, yaitu niat yang baik untuk kemasalahatan masyarakat luas, dengan alasan Allah SWT.
b. Bukan untuk tujuan pamer, berbangga diri, melecehkan pihak tertentu, ataupun membuka aib seseorang, atau demi mencari keuntungan.
c. Selalu sadar dan menjunjung tinggi keyakinan dan ajaran Islam. Tidak melecehkan dan menghina Nabi Muhammad SAW dan orang lain, baik dengan alasan kebebasan pers atau yang lain. sikap ini dapat menyebabkan seseorang meninggalkan agama Islam (murtad) dan dihukum sesuai hukuman bagi orang yang murtad.

d. Selalu menjunjung tinggi etika Islam dan tidak menggunakan kebebasan pers sebagai alasan untuk melanggar privasi, menghina, melukai harga diri, atau membunuh karakter orang lain. Kebebasan tidak lagi dilindungi ketika digunakan oleh hal-hal negatif dan desruktif.

Dalam penjelasan tersebut disimpulkan, bahwa pemberitaan harus selalu berpedoman pada ketentuan tersebut, sehingga berita tidak berorientasi pada kepentingan menjual informasi besar untuk memperoleh keuntungan semata dengan mengabaikan nilai-nilai suci dalam profesi.

5. Mempertanggung jawabkan pekerjaan

يُصْلِحْ لَكُمْ اَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوْبَكُمْۗ وَمَنْ يُّطِعِ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهٗ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيْمًا

Niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barangsiapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung. (QS. Al Ahzab/33: 71).

Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar tetap bertakwa kepada-Nya dan menyembah-Nya dengan penyembahan sebagaimana seseorang yang melihat-Nya, dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar, yang jujur, tidak bengkok, tidak pula menyimpang. Lalu Allah menjanjikan kepada mereka jika mereka melakukan perintah-perintah-Nya ini, Dia akan memberi mereka pahala dengan memperbaiki amal perbuatan mereka. Yakni Allah memberi mereka taufik untuk mengerjakan amal-amal yang saleh, dan bahwa Allah akan mengampuni dosa-dosa mereka yang terdahulu. Sedangkan dosa yang akan mereka lakukan di

masa mendatang, Allah akan memberi mereka ilham untuk bertobat darinya.

Dengan begitu, ayat di atas Allah memerintahkan untuk bertaqwa dengan berkata jujur, dan menghasilkan hal baik dari ketaqwaan serta kejujuran. Ketaqwaan serta kejujuran wajib diterapkan pada seluruh profesi, pada jurnalistik diwajibkan untuk bisa bertanggung jawab pada seluruh pemberitaan yang sudah dikeluarkan ke publik agar nantinya dapat dipertanggung jawabkan di hadapan Allah SWT. Jika dalam pemberitaan telah merugikan masyarakat, maka seorang jurnalis harus memberitakannya dan bertanggung jawab, bukan menghindarinya dengan melakukan pembela tanpa dasar yang jelas. Tanggung jawab tersebut dapat dilakukan dengan cara menghapus informasi palsu dan memperbaiki informasi yang salah, hal tersebut dilakukan baik ada teguran dari pihak luar ataupun tidak, dilanjutkan dengan melakukan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar atau pemirsa, atas kesalah fahaman yang telah diberitakan. Tanggung jawab memiliki efek positif. Dampak positifnya, jurnalis akan lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi ke publik, karena publik merupakan alat bagi perkembangan media massa, maka sebagai jurnalis seharusnya tidak sembarangan memberikan informasi kepada masyarakat.

Jurnalisme Islami yakni jurnalisme yang meneladani empat kode etik Nabi Muhammad Saw yang ternyata sesuai dengan fungsi media, yakni *shiddiq* (menyampaikan/ *to inform*), amanah (mendidik/ *to educate*), *tabligh* (menghibur/ *to entertain*), dan *fathanah* (melakukan kontrol sosial/*social controlling*). Keempatnya juga bisa diartikan: *shiddiq* (berdasar kebenaran), *tabligh* (disampaikan dengan cara mendidik), *amanah* (dapat dipercaya) dan fathanah (dengan penuh kearifan). Dalam

konteks Islam, teori dasar tentang jurnalisme Islam telah tertuang dalam AlQuran,

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (QS. Al-Hujurat/49: 6).

Ada dua pesan moral yang terkandung dalam ayat di atas. Pertama, mewaspadai setiap orang fasik. Siapakah orang fasik itu? Dalam AlQuran disebutkan:

۞ اِنَّ اللّٰهَ لَا يَسْتَحْيٖٓ اَنْ يَّضْرِبَ مَثَلًا مَّا بَعُوْضَةً فَمَا فَوْقَهَا ۗ فَاَمَّا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا فَيَعْلَمُوْنَ اَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَّبِّهِمْ ۚ وَاَمَّا الَّذِيْنَ كَفَرُوْا فَيَقُوْلُوْنَ مَاذَآ اَرَادَ اللّٰهُ بِهٰذَا مَثَلًا ۘ يُضِلُّ بِهٖ كَثِيْرًا وَّيَهْدِيْ بِهٖ كَثِيْرًا ۗ وَمَا يُضِلُّ بِهٖٓ اِلَّا الْفٰسِقِيْنَ ۙ الَّذِيْنَ يَنْقُضُوْنَ عَهْدَ اللّٰهِ مِنْۢ بَعْدِ مِيْثَاقِهٖ ۠ وَيَقْطَعُوْنَ مَآ اَمَرَ اللّٰهُ بِهٖٓ اَنْ يُّوْصَلَ وَيُفْسِدُوْنَ فِى الْاَرْضِ ۗ اُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْخٰسِرُوْنَ

Sesungguhnya Allah tidak segan membuat perumpamaan seekor nyamuk atau yang lebih kecil dari itu. Adapun orang-orang yang beriman, mereka tahu bahwa itu kebenaran dari Tuhan. Tetapi mereka yang kafir berkata, "Apa maksud Allah dengan perumpamaan ini?" Dengan (perumpamaan) itu banyak orang yang dibiarkan-Nya sesat, dan dengan itu banyak (pula) orang yang diberi-Nya petunjuk. Tetapi tidak ada yang Dia sesatkan dengan (perumpamaan) itu selain orang-orang fasik, (yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah setelah (perjanjian) itu diteguhkan, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah untuk disambungkan dan berbuat kerusakan di bumi. Mereka itulah orang-orang yang rugi. (QS. Al-Baqarah/2: 26-27)

Maksud ayat di atas sudah sangat jelas. Bahwa orang fasik yaitu orang yang suka melanggar perintah Tuhan dan kerjaannya merusak peradaban dunia. Pesan moral kedua yaitu kewajiban setiap orang beriman untuk selalu melakukan pengamatan, penelitian dan kroscek terhadap setiap berita yang beredar di tengah masyarakat, khususnya yang dikeluarkan oleh orang-orang fasik.

Dalam bingkai ini, kita dituntut untuk tidak mudah percaya kepada beritaberita yang disebarkan oleh orang fasik, baik melalui lisan mereka langsung maupun yang terekspos melalui berbagai media massa cetak dan elektronik yang mereka miliki.

Dalam AlQuran, Tuhan memberikan rekomendasi kepada setiap Muslim agar berhati-hati terhadap berita-berita yang disiarkan oleh kaum fasik. Mereka itulah orang yang rugi. Jadi, jelaslah, orang-orang fasik adalah orang-orang yang sesat, melanggar perintah Allah, dan membuat kerusakan di muka bumi. Kebebasan dalam AlQuran terutama dalam memeluk agama. Seperti Firman Allah di Madinah,

لَآ اِكْرَاهَ فِى الدِّيْنِ ۗ قَدْ تَّبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَّكْفُرْ بِالطَّاغُوْتِ وَيُؤْمِنْۢ بِاللّٰهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقٰى لَا انْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللّٰهُ سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ

Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui. (QS. Al-Baqaarah/2: 256).

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهٖ عِلْمٌ ۗ اِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ اُولٰۤىِٕكَ كَانَ عَنْهُ مَسْـُٔوْلًا

Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.(QS. Al-Isra/17: 36).

Tak lain ayat AlQuran yang dimaksudkan di atas yakni AlQuran Surat Al- Alaq ayat 1-5. Dalam ayat tersebut Allah menginstruksikan kepada Nabi Muhammad (dan juga kepada umat manusia) untuk membaca, dan mencari jati diri manusia secara sungguh-sungguh.

Karenanya kebebasan yang diberikan harus dipertanggung-jawabkan kepada Allah. Bebas satu sisi dan tanggung jawab sisi yang lain tidak mungkin dipisahkan. Pers bebas dalam menyiarkan sesuatu tetapi harus, mempertanggungjawabkan apa yang disiarkannya, ia harus menjamin kebenaran yang disampaikan kepada khalayak. Banyak ayat dalam AlQuran yang jika direnungkan substansi dan kandungannya menjadi rujukan berbagai prinsip dalam proses kerja jurnalistik yang dapat menangkal masifnya hoax. Prinsip-prinsip itu antara lain:

1. Prinsip akurat. Modal utama profesi jurnalistik adalah keterpercayaan. Keterpercayaan tumbuh dari sikap objektif dalam melihat dan menangkap nilai peristiwa yang terjadi dan dijadikan sumber informasi dan data aktual produk jurnalistik. Itulah yang disebut akurat. Akurasi infomasi dan data hanya mungkin diperoleh melalui pengecekan yang jujur, teliti dan sungguh-sungguh. Verifikasi informasi "diperintahkan" dalam ajaran Islam. Informasi tanpa verifikasi dalam perspektif AlQuran dapat mengakibatkan bencana dalam kehidupan manusia. (QS. Al-Hujuraat/49: 6).
2. Prinsip adil. Komunikasi dan penyebaran informasi harus senantiasa dalam batas-batas kewajaran dan kepatutan (*fairness*). Semua pihak yang berkaitan dengan informasi, berhak menyuguhkan data sesuai perspektifnya masing-masing (berimbang). Informasi yang dilansir media harus

selalu komprehensif (*cover both sides*). Tidak boleh memutarbalikkan fakta, baik disebabkan dorongan hawa nafsu maupun karena ingin menyimpang dari kebenaran. (QS. An-Nisaa/4:35).

3. Asas praduga tak bersalah. Informasi yang patut menjadi bahan berita tidak boleh bersumber dari rumor. Model pemberitaan yang dilakukan tidak boleh bernada ejekan atau berisi mengolok-olok: siapa pun dan kelompok mana pun. Prasangka buruk juga harus dihindari dalam pemberitaan. Mencari-cari kesalahan orang lain dengan tujuan menjelekjelekkannya adalah fenomena jurnalistik yang dilarang dalam Islam. (QS. Al-Hujurat/49: 112).
4. Menggunakan kata bermakna, santun, lembut dan argumentatif dalam menyampaikan informasi atau berita. Prinsip ini dalam bahasa AlQuran disebut *bi alhikmah* (QS. an-Nahl/16:125). Kata hikmah dalam ayat ini adalah perkataan yang tegas dan benar, yang dapat membedakan antara yang *haq* dengan batil. Jurnalis yang memahami *alhikmah*.
5. Menjunjung tinggi kebenaran, kejujuran, dan menghindari informasi dusta. Dalam Bahasa Indonesia, dusta adalah "kabar bohong" atau "perkataan yang tidak sesuai yang sebenarnya". Dalam profesi jurnalistik, tidak dibolehkan menggunakan informasi yang bersumber dari kabar bohong untuk bahan berita. Prinsip ini berdasarkan petunjuk dalam AlQuran (QS. Al- Hajj/22:30). Kata *zur* dalam ayat ini-secara harfiah artinya "berbohong" dan "kesaksian palsu". Misalnya, *rajul zur* (laki-laki pembohong), *qaum zur* (kaum pembohong). Pengertian tersebut sama dengan makna *kaziba* dalam QS. Yunus/10: 6. Demikian pula "ancaman" kepada para pendusta sebagaimana dikemukakan Allah SWT dalam QS. Al-Jatsiyah/45:7. Berbohong, berdusta, dan memberikan kesaksian palsu dampak negatifnya sangat besar. Mungkin itu sebabnya Rasulullah SAW menyetarakan dosa kesaksian palsu dengan

dosa menyekutukan Allah SWT. Oleh karena itu, para jurnalis harus melakukan verifikasi yang sangat ketat terhadap setiap data dan informasi yang diperoleh sebelum data dan informasi itu digunakan sebagai bahan berita. Allah SWTmemperingatkan bahwa orang yang menyebarkan informasi yang tidak jelas sumbernya akan dimintai pertanggungjawabannya. (QS. Al- Israa'/17: 36).

Media sosial lahir untuk mempermudah dan menjadi solusi bagi manusia menembus batasan ruang dan waktu. Dengan media sosial, banyak hal yang bisa dilakukan, seperti menggalang dana, atau simpati masyarakat, dan menggiring opini. Akan tetapi penggunaan media sosial yang berlebihan malah menyebabkan masalah baru bagi manusia sendiri. Hoax merupakan implikasi negatif yang sangat kita rasakan saat ini. Sangat disayangkan, masyarakat mudah percaya terhadap informasi di media sosial tanpa melakukan verifikasi atau crosscheck kebenaran informasi yang diterima. Jurnalistik Islam telah menawarkan solusi dalam menghadapi hoax, tentunya solusi yang bersumber dari AlQuran dan Hadits.

BAB V
PERSEPSI

A. Teori Persepsi

Setiap manusia yang terlahir di dunia dan memiliki peran masing-masing dalam kehidupan sosial dengan kemampuan dasar untuk berfikir secara alami dan mengidentifikasi bentuk-bentuk kehidupan sehingga seorang dapat mengambil sikap dalam melakukan berbagai macam tindakan dalam hidupnya, dan bagaimana seorang dapat melihat secara luas dinamika sosial yang nantinya akan menimbulkan suatu cara berpikir atau cara pandang timbulnya paradigma dalam berpikir atau persepsi dalam memandang dan menilai mengenai berbagai macam kondisi sosial yang terjadi di lingkungan hidupnya, baik yang berkaitan langsung dengan kehidupan seseorang maupun yang tidak berkaitan langsung.

Persepsi adalah proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses menginterpretasikan suatu lingkungan. Orang harus mengenal objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka. Persepsi merupakan proses menerima informasi membuat pengertian tentang dunia di sekitar kita. Hal tersebut memerlukan pertimbangan informasi mana perlu diperhatikan, bagaimana mengkategorikan informasi, dan bagaimana menginterpretasikannya dalam kerangka kerja pengetahuan kita yang telah ada.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). Menurut Ruch persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi (*sensory*) dan pengalaman masa lampau yang relevan

diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Senada dengan hal tersebut Atkinso dan Hilgard mengemukakan bahwa persepsi adalah proses di mana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan. Gibson dan Donely menjelaskan bahwa persepsi adalah proses pemberitahuan arti terhadap lingkungan oleh seorang individu.

Persepsi meupakan proses mengidentifikasi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi yang ditangkap oleh pancaindra untuk melukiskan dan memahaminya. Persepsi suatu proses dalam sistem syaraf yang berasal dari stimulasi fisik dan pancaindera. Selain itu persepsi juga dipahami Proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi dan diinterpretasikan, persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu bisa berbeda-beda oleh sebab itu persepsi mempunyai sifat subjektif. Stimulus diartikan sebagaibentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah satu stiulus yang penting yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap orang berbeda maka persepsi bersifat subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanya di pengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.

Pendapat lain mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses dengan mana individual mengorginisir dan menginterpretasikan tanggapan kesan mereka dengan maksud memberi makna pada lingkungan mereka. Tetapi apa yang kita rasakan dapat berbeda secara subtansial dari realitas objektif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada hakikatnya persepsi merupakan suatu proses yang memungkinkan kita mengorganisir informasi dan menginterpretasikan kesan terhadap lingkungan sekitar.

Persepsi adalah proses dimana stimuli-stimuli diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan. Persepsi merupakan salah satu aspek penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek serta gejala yang timbul dari lingkungan sekitarnya. Persepsi terbentuk melalui suatu proses pemahaman atau pemberian suatu makna atas informasi terhadap stimulus. Stimulus sendiri di dapat melalui proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.

Dalam psikologi, persepsi secara umum merupakan proses persoalan, penafsiran, pemilihan dan pengetahuan informasi indrawi, persepsi sosial dapat diartikan sebagai proses perolehan, penafsiran dan pengetahuan informasi indrawi dari orang lain, mengenai apa yang diperoleh ditafsirkan, dipilih dan diatur adalah informasi indrawi dari lingkungan sosial seta yang menjadi fakusnya adalah orang lain. Setiap bentuk persepsi yang dimiliki individu atau kelompok memiliki karakter atau ciri masing-masing tergantung pada apa rangsangan atau stimulus yang diterima akan membentuk satu persepsi yang kan disampaikan oleh seseorang atau kelompok masyarakat karena ukuran relatifitas itu tergantung pada masing-masing individu.

Pendapat lain, dalam perspektif psikologi persepsi diartikan sebagai sejenis pengelolaan informasi yang menghubungkan seseorang dengan lingkungannya. Persepsi sosial individu, merupakan proses pencapaian pengetahuan proses berfikir tentang orang lain, misal berdasaran ciri-ciri fisik, kualitas, bahkan pada kepribadiannya. Individu membangun gambaran tentang orang lain dalam upaya menetapkan, memungkinkan, dan mampu mengelola dunia sosialnya.

Dipahami bahwa persepsi adalah proses diterimanya rangsangan (objek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa) sampai rangsangan itu disadari dan dimengerti" karena setelah terjadinya suatu pengindraan yang dimiliki, karena setiap perasaan yang dimiliki seseorang dapat

diterprestasikan berbeda-beda tergantung apa yang menjadi penyebab dan dari konteks yang lebih luas yaitu mengenai adat istiadat, kesukaan, dan rasa keinginan yang berbeda-beda akan tetapi proses sebuah stimulus atau rangsangan yang terjadi merupakan hal yang penting, karena lewat pengindraan inilah yang membuat manusia sadar akan adanya rangsangan yang dapat menimbulkan sebuah persepsi dalam memandang suatu hal.

Berdasarkan uraian mengenai macam definisi atau pengertian mengenai persepsi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan persepsi adalah daya pikir terhadap sesuatu melalui alat-alat indra dipengaruhhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses pengetahuan yang berpengaruh pada suatu penafsiran individu pada suatu objek yang akan memberikan makna pada dirinnya, persepsi yang dimiliki seseorang akan tergantung pada faktor personal dan factor situasional. Karena itu, persepsi masing-masing individu dengan individu lainnya.

B. Proses Terjadinya Persepsi

Proses terjadinya persepsi menurut Suryani didasarkan pada beberapa tahapan yaitu:

1. Seleksi**.** Pada tahap ini persepsi diawali dengan adanya stimuli yang mengenai panca indera yang disebut sebagai sensasi. Stimuli ini beragam bentuknya dan akan selalu membordir indera konsumen. Jika dilihat dari asalnya, stimuli ada yang berasal dari luar individu (aroma, iklan, dan lain-lain) serta berasal dari alam diri individu seperti harapan, kebutuhan dan pengalaman.
2. Pengorganisasian**.** Setelah konsumen memilih stimuli mana yang akan diperhatikan, konsumen akan mengorganisasikan stimuli yang ada. Konsumen akan mengelompokkan, menghubung-hubungkan stimuli yang dilihatnya agar dapat diinterpretasikan sehingga memiliki makna.

3. Interpretasi**.** Pada tahap ini setalah konsumen mengorganisir stimuli yang ada dan mengkaitkanyya dengan informasi yang dimiliki, maka agar stimuli tersebut mempunyai makna, konsumen menginterpretasikan atau memberi arti dari stimuli tersebut. Pada tahap interpretasi ini konsumen secara sadar atau tidak sadar akan mengkaitkannya dengan semua informasi yang diterimanya agar mampu meberikan makna yang tepat. Dalam proses ini pengalaman dan juga kondisi psikologis konsumen seperti kebutuhan, harapan dan kepentingan akan berperan penting dalam menginterpretasikan stimuli.

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang antara lain:

1. Psikologis**.** Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di dalam dunia ini sangat dipengaruhi oleh psikologi. Sebagai contoh, terbenamnya matahari diwaktu senja yang indah akan dirasakan sebagai bayang-bayang kelabu bagi seseorang yang buta warna.
2. Keluarga**.** Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah keluarganya atau famili. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anak-anaknya.
3. Kebudayaan. Kebudayaan dan lingkungan tertentu juga akan menjadi salah satu faktor yang kuta di dalam mempengaruhi sikap, nilai dan cara sesorang memandang dan memahami keadaan di dunia luar.

Ada beberapa faktor lain yang membentuk dan kadang-kadang mendistorsi persepsi.

1. *Perceiver*, orang yang memberikan persepsi. Faktor ini terdiri dari beberapa komponen seperti (sikap, minat, motif, pengalaman dan harapan).
2. Target, orang atau objek yang menjai sasaran persepsi. Faktor ini terdiri dari beberapa komponen seperti (sesuatu yang baru, gerakan, suara, besaran atau ukuran, latar belakang, kedekatan dan kesamaan).
3. Situasi, keadaan pada saat persepsi dilakukan. Faktor ini terdiri dari beberapa komponen seperti (waktu, pengaturan kerja dan pengaturan sosial).

Proses terjadinya persepsi dapat dimulai dari objek yangmenimbulkan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh syarat sensoris ke otak. Proses ini yang disebut proses fisiologis. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu meyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar atau apa yang diraba. Proses yang terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai pusat psikologis.

Persepsi tidak hanya pada sifat-sifat ransangan fisik tetapi juga pada hubungan antara ransangan dengan lingkungan dan individu. Seseorang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses persepsi:

1. Perhatian selektif**.** Perhatian selektif merupakan kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi,berarti bahwa pemasar harus bekerja cukup keras untuk menarik perhatian konsumen.
2. Distorsi selektif**.** Ransangan yang telah mendapatkan perhatian bahkan tidak selalu muncul di pikiran orang persis seperti yang diinginkan oleh pengrimnya. Distorsi selektif adalah kecenderungan menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan pra-konsepsi kita. Konsumen akan menjadi

konsisten dengan keyakinan awal mereka atas merek dan produk

3. Ingatan selektif**.** Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tapi cenderung mengingat informasi yang mendukung pendangan dan keyakinan mereka. Ingatan selektif menjelaskan mengapa para pemasar menggunakan drama dan pengulangan dalam mengirimkan pesan ke pasar sasaran mereka untuk memastikan bahwa pesan mereka tidak diremehkan.

Adapun faktor yang mempengaruhi pandangan atau persepsi seseorang yaitu sebagai berikut:

1. Faktor internal yaitu seperti perasaan, sikap, kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, proses belajar, gangguan kejiwaan, keadaan fisik, titik fokus, kebutuhan minat dan nilai serta motivasi.
2. Faktor eksternal yaitu seperti latar belakang keluarga, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, keberlawaan, infomasi yang didapat, hal-hal yang baru familiar ataupun ketidak asingan suatu objek.

Karena persepsi lebih bersifat pesikologis dari pada proses pengindraan saja maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Menurut Abdul Rahman Shaleh, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi diantaranya:

1. Perhatian yang selektif. Dalam kehidupan manusia setiap saat akan menerima banyak sekali rangsangan dari lingkungannya, meskipun demikian, ia tidak harus menanggapi semua rangsangan yang diterimanya itu, untuk itu, individu memusatkan perhatiannya pada rangsangan-rangsangan tertentu saja, dengan demikian, objek-objek atau gejala lain tidak akan tampil kemuka sebagai hasil pengamatan.
2. Ciri-Ciri Ransangan. Ransangan yang bergerak diantara ransangan yang diam akan lebih menarik perhatian, demikian juga rangsangan yang paling besar diantara yang

kecil, yang kontras dengan latar belakangnya dan intensitas rangsangannya paling kuat.

3. Nilai Kebutuhan Individu. Seorang seniman tentu punya pola dan cita rasa yang berbeda dalam pengamatannya dibandingkan seorang yang bukan seorang seniman, penelitian juga menentukan bahwa anak-anak dari golongan ekonomi rendah melihat uang logam lebih besar dari pada anak-anak orang kaya.
4. Pengalaman dahulu. Pengalaman-pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi dunianya. Cermin bagi kita tentu bukan barang baru tetapi lain hal bagi orang-orang suku Mentawi di pedalaman pulau seberut atau saudara kita di pedalaman Irian.

Berdasarakan poin-poin di atas dari berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pada persepsi maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua factor persepsi maka ini tergantung pada seberapa besar perang aktif individu terhadap apa yang sedang diperhatikan, dirisaukan, dibutuhkan serta apa saja yang dialaminya selama ini.

D. Aspek-Aspek Persepsi

Pada hakikatnya sikap merupakan sesuatu yang mencerminka suatu interaksi dari proses untuk mencapai tujuan sistem. Komponen-komponen sikap tersebut menurut Bimo Walgito, menyatakan bahwa persepsi itu mengandung tiga komponen sturktur sikap,yaitu:

1. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan atau hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
2. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan perasaan senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal

yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.

3. Komponen konatif (komponen perilaku), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

BAB VI
ISLAM

A. Pengertian Islam

Ada dua sisi yang dapat digunakan untuk memahami pengertian agama Islam, yaitu dari sisi kebahasaan dan sisi peristilahan. Kedua sisi pengertian tentang Islam itu dapat dijelaskan sebagai berikut:

Islam berasal dari istilah aslama, yuslimu, islaamun (أسلم – يسلم – اسلام) yang berarti tunduk, patuh, menyerah penuh (total submission). Kata Islam juga diambil dari kata assilmu, salama, yaslimu, silmun (سلم – يسلم – سلم) yang mengandung arti damai. Dan pula dari kata salama, yaslamu, salamun, (سلم – يسلم – سلم) yang berarti selamat (bersih dari cacat lahir batin). Seseorang yang bersikap sebagaimana maksud pengertian Islam tersebut dinamakan muslim, yaitu orang yang telah menyatakan dirinya taat, menyerahkan diri, patuh, dan tunduk kepada Allah SWT.

Pengertian Islam yang demikian itu, sejalan dengan tujuan ajaran Islam, yaitu untuk mendorong manusia agar patuh dan tunduk kepada Tuhan, sehingga terwujud keselamatan, kedamaian, aman, dan sentosa serta sejalan pula dengan misi ajaran Islam yaitu menciptakan kedamaian di muka bumi dengan cara mengajak manusia untuk patuh dan tunduk kepada Tuhan. Islam dengan misi yang demikian itu ialah Islam yang dibawa oleh seluruh para Nabi, dari sejak Adam AS hingga Muhammad SAW.

Makna penyerahan diri, tunduk dan patuh kepada Allah SWT tertera dalam:

وَمَنْ اَحْسَنُ دِيْنًا مِّمَّنْ اَسْلَمَ وَجْهَهٗ لِلّٰهِ وَهُوَ مُحْسِنٌ وَّاتَّبَعَ مِلَّةَ اِبْرٰهِيْمَ حَنِيْفًاۗ وَاتَّخَذَ اللّٰهُ اِبْرٰهِيْمَ خَلِيْلًا

Dan siapakah yang lebih baik agamanya daripada orang yang dengan ikhlas berserah diri kepada Allah, sedang dia mengerjakan kebaikan, dan mengikuti agama Ibrahim yang lurus? Dan Allah telah memilih Ibrahim menjadi kesayangan(-Nya). (QS. An-Nisa/4: 125).

Selain pada ayat di atas, dapat pula ditelusuri pada Al-Baqarah/2: 131, Ali Imran/3: 67,84 dan Az-Zumar/39: 54. Islam dalam pengertian tunduk dan patuh kepada Tuhan mengandung makna pula bahwa segenap alam semesta, langit dan bumi beserta isinya adalah ber-Islam, bahkan manusia tanpa kecuali (kafir atau mukmin) sebagai bagian dari alam ini sesungguhnya adalah juga muslim, sebagaimana ayat berikut

وَلِلّٰهِ يَسْجُدُ مَنْ فِي السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ طَوْعًا وَّكَرْهًا وَّظِلٰلُهُمْ بِالْغُدُوِّ وَالْاٰصَالِ ۩

Dan semua sujud kepada Allah baik yang di langit maupun yang di bumi, baik dengan kemauan sendiri maupun terpaksa (dan sujud pula) bayang-bayang mereka, pada waktu pagi dan petang hari.(QS. Ar-Rad/13: 15).

Bagi muslim tunduk dan patuh kepada Tuhan dibuktikannya secara totalitas (secara fisik maupun akidahnya), sementara bagi non-muslim hanya fisiknya saja yang tunduk kepada Tuhan, akidahnya tidak, maka mereka disebut kafir, kufur (QS. Ali Imran/3: 80) dan syirik (QS. Al-An'am/6: 14).

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kata Islam dari segi kebahasaan mengandung arti patuh, tunduk, taat, dan berserah diri kepada Allah dalam upaya mencari keselamatan dan kebahagiaan hidup baik di dunia maupun di akhirat. Hal demikian dilakukan atas kesadaran dan kemauan diri sendiri, bukan paksaan atau berpura-pura, melainkan sebagai panggilan dari fitrah dirinya sebagai makhluk yang sejak dalam kandungan sudah menyatakan patuh dan tunduk kepada Allah SWT.

Secara terminologi pengertian Islam terdapat rumusan yang berbeda-beda. Harun Nasution berpendapat bahwa Islam adalah agama yang ajaran-ajarannya diwahyukan Tuhan

kepada masyarakat melalui Nabi Muhammad SAW sebaagai Rasul. Islam pada hakikatnya membawa ajaran-ajaran yang bukan hanya mengenal satu segi, tetapi mengenai berbagai segi dari kehidupan manusia.

Dienul Islam menurut Achmad Satori Ismail adalah agama Allah yang abadi yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Berisi masalah-masalah akidah, ibadah, dan muamalat, yang telah diridhai Allah sebagai agama untuk hamba-hamba-Nya.

Islam berarti suatu nama bagi agama yang ajaran-ajarannya diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang Rasul. Atau lebih tegasnya lagi Islam adalah ajaran-ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada masyarakat manusia melalui Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul. Islam adalah agama sepanjang sejarah manusia. Islam adalah agama seluruh Nabi dan Rasul yang pernah diutus, dari Nabi Adam as. sampai Nabi Muhammad SAW. Umat-umat dan Nabi sebelum Nabi Muhammad adalah muslim (QS. Yunus/10: 19 juga Al-Baqarah/2: 132).

وَوَصّٰى بِهَآ اِبْرٰهٖمُ بَنِيْهِ وَيَعْقُوْبُ ۗيٰبَنِيَّ اِنَّ اللّٰهَ اصْطَفٰى لَكُمُ الدِّيْنَ فَلَا تَمُوْتُنَّ اِلَّا وَاَنْتُمْ مُّسْلِمُوْنَ ۗ

Dan Ibrahim mewasiatkan (ucapan) itu kepada anak-anaknya, demikian pula Yakub. "Wahai anak-anakku! Sesungguhnya Allah telah memilih agama ini untukmu, maka janganlah kamu mati kecuali dalam keadaan Muslim." (QS. Al-Baqarah/2: 132).

Maulana Muhammad Ali berpendapat bahwa Islam adalah agama perdamaian; dan dua ajaran pokoknya, yaitu keesaan Allah dan kesatuan atau persaudaraan ummat manusia menjadi bukti nyata, bahwa agama Islam selaras benar dengan namanya, Islam bukan saja dikatakan sebagai agama seluruh Nabi, sebagaimana tersebut pada beberapa ayat suci AlQuran, melainkan pula pada segala sesuatu yang secara tak sadar

tunduk sepenuhnya pada undang-undang Allah, yang kita saksikan pada alam semesta.

Sedangkan pengertian Islam menurut Syekh Mahmud Syaltut yaitu agama Allah yang diperintahkan untuk mengajarkan pokok-pokok dan peraturan-peraturannya kepada Nabi Muhammad SAW dan menugaskan untuk menyampaikan agama itu kepada seluruh manusia, lalu mengajak mereka untuk memeluknya.

Sementara itu Maulana Muhammad Ali mengatakan bahwa Islam adalah agama perdamaian, dan dua ajaran pokoknya yaitu ke-Esaan Allah dan kesatuan atau persaudaraan umat manusia menjadi bukti nyata, bahwa agama Islam selaras benar dengan namanya. Islam bukan saja dikatakan sebagai agama seluruh Nabi Allah, sebagaimana tersebut pada beberapa ayat kitab suci Al-Qur‟an, melainkan pula pada segala sesuatu yang secara tak sadar tunduk sepenuhnya kepada undang-undang Allah, yang kita saksikan pada alam semesta.

Dengan demikian, kata Islam secara istilah adalah mengacu kepada agama yang bersumber pada wahyu yang datang dari Allah, bukan berasal dari manusia. Posisi Nabi dalam agama Islam diakui sebagai utusan Allah untuk menyebarkan ajaran Islam tersebut kepada umat manusia.

Dalam proses penyebaran agama Islam, Nabi terlihat dalam memberi keterangan, penjelasan, uraian, dan contoh praktiknya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Islam adalah agama Allah yang diwahyukan kepada rasul-rasul-Nya untuk diajarkan kepada manusia. Dibawa secara berantai dari satu generasi ke generasi selanjutnya, dari satu angkatan ke angkatan berikutnya. Islam adalah rahmat, hidayah, dan petunjuk bagi manusia dan merupakan manifestasi dari sifat rahman dan rahim Allah SWT. Islam merupakan agama yang ajaran-ajarannya lebih lengkap dan sempurna dibandingkan agama yang dibawa oleh para Nabi sebelumnya. Firman Allah SWT:

اَلْيَوْمَ اَكْمَلْتُ لَكُمْ دِيْنَكُمْ وَاَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِيْ وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْاِسْلَامَ دِيْنًا

Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. (QS. Al-Maidah: 3).

Islam menurut istilah adalah mengacu pada agama yang bersumber pada wahyu yang datang dari Allah SWT, bukan berasal dari manusia, dan bukan pula berasal dari Nabi Muhammad SAW. Posisi Nabi dalam agama Islam diakui sebagai yang ditugasi oleh Allah untuk menyebarkan ajaran Islam tersebut kepada ummat manusia. Dalam proses penyebaran agama Islam Nabi terlibat dalam memberi keterangan, penjelasan, uraian, dan contoh prakteknya. Namun keterlibatan Nabi masih dalam batas-batas yang dibolehkan Tuhan.

Jadi, agama Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW ialah agama yang telah mencakup semua ajaran yang dibawa oleh para Nabi terdahulu, dengan telah terlebih dahulu disesuaikan dengan kebutuhan zaman. Dengan demikian jika orang yang ingin mengetahui ajaran Islam yang yang dibawa oleh para Nabi terdahulu, maka ia dapat mengetahui melalui ajaran yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW.

B. Garis Besar dan Sistematika Ajaran Islam

Agama Islam berisi ajaran yang menyangkut seluruh aspek kehidupan, baik sebagai hamba Allah, individu, anggota masyarakat, maupun sebagai makhluk dunia. Prof. DR. M. Hamidullah dalam buku *Introduction to Islam*, menguraikan, Islam adalah memuat kosep kehidupan, kepercayaan, ibadah, kehidupan spiritual, sistem moral, sistem politik, sistem hukum dan peradilan, sistem ekonomi, kedudukan wanita dan sumbangan Islam terhadap ilmu pengetahuan.

Abu A'la al-Maududi dalam bukunya "*Islamic Way of Life*" menguraikan pendapatnya tentang Islam : a. *Islamic concept of*

life; b. *The moral system of Islam*; c. *Esential features of Islamic political system*; d. *Islamic social order*; e. *Economic principle of Islam.*

Sementara Endang Saefudin Anshari dalam "Wawasan Islam" menyajikan sitematika dan garis besar ajaran Islam adalah: 1) Aqidah; 2) Syariah, 3) Akhlak. Ketiga aspek tersebut tidak berdiri sendiri, akan tetapi menyatu dalam kepribadian utuh pada diri seorang muslim, sebagaimana Allah berfirman dengan tegas:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا ادْخُلُوْا فِى السِّلْمِ كَاۤفَّةً ۖ وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu. (QS. AlBaqarah/2 : 208).

1. Akidah. Akidah secara etimologis berarti yang terikat. Setelah terbentuk menjadi kata, akidah berarti perjanjian yang teguh dan kuat, terpatri dan ternaman di lubuk hati yang paling dalam. Secara terminologis berarti credo, creed, keyakinan hidup iman dalam arti khas, yakni pengikraran yang bertolak dari hati. Dengan demikian akidah adalah urusan yang wajib diyakini kebenarannya oleh hati, menentramkan jiwa, dan menjadi keyakinan yang tidak bercampur dengan keraguan. Pembahasan mengenai akidah Islam pada umumnya berkisar pada arkanul iman (rukun iman yang enam): Iman kepada Allah; Iman kepada malaikat-malaikat-Nya; Iman kepada kitab-kitab-Nya; Iman kepada rasul-rasul-Nya; Iman kepada hari Akhirat; Iman kepada qadha dan qadar. Akidah dalam Islam meliputi keyakinan dalam hati tentang Allah sebagai Tuhan yang wajib di sembah, ucapan dengan lisan dalam bentuk dua kalimah syahadat, dan perbuatan dengan amal shaleh. Akidah dalam Islam harus berpengaruh ke dalam segala aktivitas yang dilakukan manusia, sehingga berbagai aktivitas tersebut bernilai ibadah. Dalam hubungan ini Yusuf al-Qardawi mengatakan bahwa iman menurut pengertian yang sebenarnya ialah kepercayaan yang meresap di dalam

hati, dengan penuh keyakinan, tidak bercampur dengan keraguan, serta memberi pengaruh bagi pandangan hidup, tingkah laku dan perbuatan sehari-hari. Dengan demikian akidah Islam bukan lagi sekedar keyakinan dalam hati, melainkan pada tahap selanjutnya harus menjadi acuan dasar dalam bertingkah laku dan berbuat yang pada akhirnya akan membuahkan amal shaleh.

2. Syariah. Secara redaksional pengertian syariah ialah "the path of the water place" yang berarti tempat jalannya air, atau secara maknawi adalah sebuah jalan hidup yang telah ditentukan Allah SWT sebagai panduan dalam menjalankan kehidupan di dunia untuk menuju kehidupan di akhirat. Panduan yang diberikan Allah SWT dalam membimbing manusia harus berdasarkan sumber utama hukum Islam yaitu Al-Qur"an dan As-Sunnah serta sumber kedua yaitu akal manusia dalam ijtihad para ulama. Syariat Islam adalah satu sistem norma Ilahi yang mengatur hubungan antara manusia dan Tuhan, hubungan sesama manusia, serta hubungan antara manusia dan alam lainnya. Syariah dalam arti sempit sama pengertiannya dengan Fiqh Nabawi, yaitu hukum yang ditunjukkan dengan tegas oleh Al-Qur"an atau As-Sunnah. Fiqh dalam arti sempit sama pengertiannya dengan Fiqh Ijtihadi, yaitu hukum yang dihasilkan dari ijtihad para mujtahid. Kaidah syariah Islam secara garis besar terbagi atas dua bagian besar:
   a. Kaidah ibadah dalam arti khusus (kaidah ubudiyah), yaitu tata aturan Ilahi yang mengatur hubungan ritual langsung antara hamba dan Tuhannya yang acara, tatanan, serta upacaranya telah ditentukan secara terinci dalam Al-Qur"an dan Sunnah Rasul. Pembahasan mengenai ibadah dalam arti khusus ini meliputi: *at-thaharah* (bersuci), *as-shalat, az-zakat, as-shaum, al-hajj*.
   b. Kaidah muamalah dalam arti luas, yaitu tata aturan Ilahi yang mengatur hubungan sesama manusia dan hubungan

antara manusia dan benda. Muamalah dalam arti luas ini secara garis besar terdiri atas dua bagian besar:

(a) *Al-Qanunul Khas* (hukum perdata) yang meliputi: *Muamalah* dalam arti sempit (hukum niaga); *Munakahah* (hukum nikah); *Waratsah* (hukum waris).

(b) *Al-Qanunul 'Am* (hukum publik) yang meliputi: *Jinayah* (hukum pidana); *Khilafah* (hukum kenegaraan); *Jihad* (hukum perang dan damai).

3. Akhlak. Akhlak secara bahasa diambil dari bahasa arab khuluqun yang berarti perangai, tabiat, dan adat. Dan juga dari kata khalqun yang berarti buatan, dan ciptaan. Sedangkan pengertian akhlak secara istilah dapat dilihat dari pendapat para ulama, yaitu: Ibnu maskawaih mendefinisikan akhlak sebagai keadaan jiwa yang mendorong kepada tindakan-tindakan tanpa melalui pertimbangan pemikiran. Sedangkan Al-Ghazali mengatakan bahwa akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan macam-macam perbuatan dengan gampang dan mudah, tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Jadi dapat disimpulkan bahwa suatu perbuatan atau sikap dapat dikategorikan akhlak apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:
   a. Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang telah tertanam kuat dalam jiwa seseorang sehingga telah menjadi kepribadiannya.
   b. Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan mudah tanpa pemikiran.
   c. Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang timbul dari dalam diri orang yang mengerjakannya tanpa ada paksaan atau tekanan dari luar.
   d. Perbuatan akhlak adalah perbuatan yang dilakukan dengan sesungguhnya, bukan main-main, berpura-pura atau karena bersandiwara.

Ruang lingkup ajaran akhlak adalah akhlak terhadap Allah, hingga kepada sesama makhluk (manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, dan benda-benda tak bernyawa).

a. Akhlak terhadap Allah. Akhlak terhadap Allah dapat diartikan sebagai sikap atau perbuatan yang seharusnya dilakukan oleh manusia sebagai makhluk, kepada tuhan sebagai khalik.
b. Akhlak terhadap sesama manusia. Akhlak terhadap sesama umat manusia, Rasulullah mengumpamakan bahwa hubungan tersebut sebagai satu kesatuan anggota tubuh yang saling terikat dan merasakan penderitaan jika salah satu organ tubuh mengalami sakit. Akhlak terhadap sesama manusia juga harus ditunjukkan kepada orang yang tidak beragama Islam, dimana mereka ini tetap dipandang sebagai makhluk Tuhan yang perlu di hormati.
c. Akhlak terhadap lingkungan. Yang dimaksud dengan lingkungan disini adalah segala sesuatu yang di sekitar manusia, baik binatang, tumbuh-tumbuhan, maupun benda-benda tak bernyawa. Pada dasarnya akhlak yang diajarkan Al-Qur‟an terhadap lingkungan bersumber dari fungsi manusia sebagai khalifah. Kekhalifahan menuntut adanya interaksi manusia dengan sesamanya dan terhadap alam. Kekhalifahan mengandung arti pengayoman, pemeliharaan, serta bimbingan, agar setiap makhluk mencapai tujuan penciptanya.

Dengan demikian, syariah Islam diturunkan Allah kepada manusia sebagai pedoman yang memberikan bimbingan dan pengarahan kepada manusia agar mereka dapat melaksanakan tugas hidupnya dengan benar sesuai kehendak Allah.

Harun Nasution memperkenalkan Islam sebagai ajaran yang menguraikan seluruh aspek kehidupan, mulai aspek ibadah, latihan spriritual, ajaran moral, sejarah dan kebudayaan, politik, lembaga-lembaga kemasyarakatan, hukum, teologi,

filsafat, mistik dan pembaharuan Islam. Semua hal dalam kehidupan tak luput dari perhatian dan ajaran Islam.

Islam mengatur mulai dari cara masuk dan keluar kamar kecil, cara berpakaian yang harus menutup aurat (QS. Al-Ahzab/33: 59). Cara memilih jodoh (terdapat juga dalam HR. Bukhari), cara bergaul dengan istri serta mendidik anak (QS. As-Shaffat/37: 100), Islam juga mengatur bagaimana bergaul dengan sesama manusia (QS. Al-Baqarah/2: 83). Dalam hal ekonomi ada larangan keras untuk riba (QS. Al-Baqarah/2: 278), larangan memperainkan timbangan dan takaran (QS. Al-Muthafifin/83: 1-3). Masalah bermasyarakat dan bernegara seperti prinsip-prinsip bermusyawarah serta menegakkan keadilan (QS. An-Nisa/4: 58).

C. Universalitas Islam

Sebagai agama universal, Islam mengandung ajaran-ajaran dasar yang berlaku untuk semua tempat dan bangsa serta berlaku abadi sepanjang masa.

وَمَآ اَرْسَلْنٰكَ اِلَّا رَحْمَةً لِّلْعٰلَمِيْنَ

Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad) melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam.(QS. Al-Anbiya/21: 107).

Dalam Islam yang universal terdapat aliran-aliran dan mazhab yang berbeda-beda, timbul sesuai dengan situasi dan kondisi tempat dan zaman masing-masing. Semuanya itu dapat dipahami sekaligus menggambarkan keuniversalan Islam. Dalam bidang teologi Islam (tauhid) timbul aliran-aliran; Khawarij, Murjiah, Mu'tazillah. Asy'ariyah dan Maturidiyah atau Ahli Sunnah Wal Jamaah. Dalam hukum Islam (fiqh) muncul empat mazhab; Hanafi, Maliki, Syafi'i dan Hambali. Dalam politik lahir tiga faham; Sunni (Aswaja), Khawarij dan Syi'ah. Dalam tasawuf tampil dua aliran, Sunni dan Syi'ah. Dalam filsafat timbul aliran-aliran Al-Ghazali, Al-Farabi, dan lain-lain.

Keuniversalan Islam digambarkan pula oleh ilmu pengetahuan yang dikembangkan Ulama zaman klasik (antara abad VIII dan XIII M). Seperti dibuktikan sejarah, ilmu yang dikembangkan bukan hanya ilmu agama, tapi juga ilmu pengetahuan lainnya seperti sains, kedokteran, matematika, astronomi, optika, kimia, geografi, dan sebagainya.

D. Ciri Khas/Karakteristik Ajaran Islam

Berikut adalah karakteristik ajaran Islam, yaitu:

1. Islam adalah agama fitrah

   Fitrah sering diartikan dengan *gharizah/instink* (Sayyid Sabiq), kodrat alam, yaitu agama yang sesuai dengan naluri manusia. Dengan kata lain Islam adalah agama yang manusiawi.

   فَاَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّيْنِ حَنِيْفًاۗ فِطْرَتَ اللّٰهِ الَّتِيْ فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَاۗ لَا تَبْدِيْلَ لِخَلْقِ اللّٰهِۗ ذٰلِكَ الدِّيْنُ الْقَيِّمُۙ وَلٰكِنَّ اَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُوْنَۙ

   Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam); (sesuai) fitrah Allah disebabkan Dia telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah. (Itulah) agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui, (QS. Ar-Rum/30: 30).

   Manusia dijadikan bersifat lemah (QS. An-Nisa/4: 28), oleh karena itu Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya (QS. Al-Baqarah/2: 286). Salah satu contoh kodrat manusia adalah mempunyai rasa senang dengan lawan jenisnya, karena itu Islam tidak melarang manusia melakukan perkawinan, bahkan Nabi bersabda,"Nikah adalah sunnahku, siapa yang tidak suka kepada sunnahku bukanlah termasuk golonganku".

2. Islam adalah agama yang mudah/ringan.

   Banyak hal dalam Islam yang mengemukakan bahwa Islam adalah agama yang mudah dan ringan. Allah menghendaki kemudahan dan tidak menghendaki kesukaran. Dalam berpuasa misalnya, terdapat rukhsoh:

   وَمَنْ كَانَ مَرِيْضًا اَوْ عَلٰى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ اَيَّامٍ اُخَرَ ۗ يُرِيْدُ اللّٰهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيْدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللّٰهَ عَلٰى مَا هَدٰىكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُوْنَ

   … Dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur. (QS. Al-Baqarah/2: 185).

   Juga dalam hal shalat, wudhu, dan lain sebagainya.

3. Islam agama yang moderat

   Islam tidak mengenal ekstrim kiri atau ekstrim kanan. Umat Islam disebut Ummatan Wasathan, sebagaimana ayat AlQuran:

   وَكَذٰلِكَ جَعَلْنٰكُمْ اُمَّةً وَّسَطًا لِّتَكُوْنُوْا شُهَدَاۤءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُوْنَ الرَّسُوْلُ عَلَيْكُمْ شَهِيْدًا ۗ

   Dan demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) "umat pertengahan" agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. (QS. Al-Baqarah/2: 143).

   Contoh lain bagaimana Islam begitu moderat menyikapi soal: 1) Nabi Isa, 2) adanya perceraian.

4. Islam agama rasional

   "Al-dinu 'aqlun la dina liman la 'aqla lahu" agama itu rasional, bukanlah agama kalau itu tidak rasional. Ungkapan ini disampaikan Ali bin Abi Thalib.

Sesungguhnya rasionalitas Islam itu adalah konsekuensi Islam yang manusiawi, Islam agama yang sesuai dengan fitrah, dimana manusia adalah makhluk berfikir. Sehubungan itu ijtihad yang merupakan sumber hukum setelah AlQuran dan Hadist, membutuhkan pemikiran yang mendalam.

5. Islam agama yang sempurna

   Kesempurnaan Islam setidaknya ditandai tiga hal, 1) AlQuran terkodifikasi dengan kitab-kitab suci sebelumnya, 2) Islam mengatur segalanya, suatu way of life yang sempurna, 3) Adanya pengakuan dari Allah SWT, bahwa Islam adalah agama yang sempurna;

   اَلْيَوْمَ اَكْمَلْتُ لَكُمْ دِيْنَكُمْ وَاَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِيْ وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْاِسْلَامَ دِيْنًا ۗ

   Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu.(QS. Al-Maidah/5: 3).

6. Islam agama tauhid yang universal

   Tauhid adalah karakteristik utama agama Islam, tauhid adalah sentral aqidah Islamiyah. Misi Nabi Muhammad *adalah* membawa umat kepada kepercayaan tauhid, pelanggaran terhadap tauhid mengakibatkan dosa besar bagi pelakunya;

   اِنَّ اللّٰهَ لَا يَغْفِرُ اَنْ يُّشْرَكَ بِهٖ وَيَغْفِرُ مَا دُوْنَ ذٰلِكَ لِمَنْ يَّشَاۤءُ ۗ وَمَنْ يُّشْرِكْ بِاللّٰهِ فَقَدْ ضَلَّ ضَلٰلًاۢ بَعِيْدًا

   Allah tidak akan mengampuni dosa syirik (mempersekutukan Allah dengan sesuatu), dan Dia mengampuni dosa selain itu bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan barangsiapa mempersekutukan (sesuatu) dengan Allah, maka sungguh, dia telah tersesat jauh sekali.(QS. An-Nisa/4: 116).

7. Kesatuan antara kebendaan dan kerohanian

   Islam tidak membagi kehidupan atas dua bagian, material dan spiritual. Dalam pandangan Islam, kemajuan spiritual hanya *dapat* dicapai bila manusia berada di tengah manusia lain di dunia. Keselamatan spiritual baru dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya mineral.

   يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا ادْخُلُوْا فِى السِّلْمِ كَاۤفَّةً ۖ وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

   Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah/2: 208).

8. Keseimbangan antara individu dan masyarakat

   Islam mengakui keberadaan manusia sebagai individu dan menganggap setiap orang memiliki tanggung jawab pribadi kepada Tuhan, bahkan Islam menjamin hak-hak asasi individu dan tidak mengizinkan adanya campur tangan orang lain di dalamnya.

   وَاَنْ لَّيْسَ لِلْاِنْسَانِ اِلَّا مَا سَعٰى ۙ

   Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, (QS. An-Najm/53: 39).

   Di lain pihak, Islam mengembangkan rasa tanggung jawab sosial dalam diri manusia dan menyerukan individu-individu utuk memberi andil dalam membina kesejahteraan masyarakat.

   وَفِيْٓ اَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّاۤىِٕلِ وَالْمَحْرُوْمِ

Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta. (QS. Az-Zariyat/51: 19).

E. Sumber Ajaran Islam

1. AlQuran

   Menurut al-Zarqani, AlQuran adalah lafal yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW, dari permulaan Surah al-Fatihah sampai akhir Surah an-Nass. Dalam pengertian lain, AlQuran adalah wahyu Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW melalui Malaikat Jibril, sebagai mukjizat dan membacanya bernilai ibadah.

   AlQuran terdiri dari 114 surah, 6.247 ayat atau 6.360 ayat bila setiap ayat *Bismillah* pada awal surah kita hitung. Terbagi atas 30 juz, yaitu Surah-surah makiyah, dan Surah-surah Madaniyyah.

   Menurut Dr. Daud al-Attar (1979) AlQuran adalah wahyu Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW secara *lafadz* (lisan), makna serta gaya bahasanya (*uslub*) yang termaktub dalam mushaf yang dinukil darinya secara *mutawatir*.

   Definisi terakhir mengandung beberapa kekhususan, yaitu:

   a. AlQuran sebagai wahyu Allah. Yakni seluruh ayat adalah wahyu, tidak ada satu katapun yang datang dari perkataan dan pikiran Nabi.
   b. AlQuran diturunkan dalam bentuk lisan dengan makna dan gaya bahasanya, artinya redaksinya langsung dari Allah.
   c. AlQuran terhimpun dalam *mushaf*, artinya AlQuran tidak mencakup wahyu kepada Nabi Muhammad dalam bentuk hukum-hukum yang kemudian disampaikan dalam bahsa Nabi sendiri.

d. AlQuran dinukil secara *mutawatir*, artinya AlQuran disampaikan kepada orang lain secara terus menerus oleh sekelompok orang yang tidak mungkin sepakat berdusta karena banyaknya jumlah orang dan berbeda-bedanya tempat tinggal mereka.

Sementara pengertian 'wahyu' adalah pengetahuan (*al'ilm* atau *al-irfan*) yang diberikan Tuhan kepada orang yang dikehendaki-Nya dengan metode-metode tertentu. Menurut AlQuran QS. As-Syura/42: 51-52, wahyu dapat mengambil tiga bentuk. *Pertama,* berupa pengertian atau pengetahuan yang tiba-tiba dirasakan seseorang. *Kedua,* berupa pengalaman atau penglihatan dalam keadaan tidur atau dalam keadaan *trance*. *Ketiga,* wahyu yang disampaikan melalui utusan atau Malaikat (Jibril);

وَمَا كَانَ لِبَشَرٍ اَنْ يُّكَلِّمَهُ اللّٰهُ اِلَّا وَحْيًا اَوْ مِنْ وَّرَآئِ حِجَابٍ اَوْ يُرْسِلَ رَسُوْلًا فَيُوْحِيَ بِاِذْنِهٖ مَا يَشَآءُ ؕ اِنَّهٗ عَلِيٌّ حَكِيْمٌ وَكَذٰلِكَ اَوْحَيْنَآ اِلَيْكَ رُوْحًا مِّنْ اَمْرِنَا ؕ مَا كُنْتَ تَدْرِيْ مَا الْكِتٰبُ وَلَا الْاِيْمَانُ وَلٰكِنْ جَعَلْنٰهُ نُوْرًا نَّهْدِيْ بِهٖ مَنْ نَّشَآءُ مِنْ عِبَادِنَا ؕ وَاِنَّكَ لَتَهْدِيْٓ اِلٰى صِرَاطٍ مُّسْتَقِيْمٍ ۙ

Dan tidaklah patut bagi seorang manusia bahwa Allah akan berbicara kepadanya kecuali dengan perantaraan wahyu atau dari belakang tabir atau dengan mengutus utusan (malaikat) lalu diwahyukan kepadanya dengan izin-Nya apa yang Dia kehendaki. Sungguh, Dia Mahatinggi, Mahabijaksana. Dan demikianlah Kami wahyukan kepadamu (Muhammad) ruh (AlQuran) dengan perintah Kami. Sebelumnya engkau tidaklah mengetahui apakah Kitab (AlQuran) dan apakah iman itu, tetapi Kami jadikan AlQuran itu cahaya, dengan itu Kami memberi petunjuk siapa yang Kami kehendaki di antara hamba-hamba Kami. Dan sungguh, engkau benar-

benar membimbing (manusia) kepada jalan yang lurus, .(QS. As-Syura/42: 51-52).

e. AlQuran diturunkan secara bertahap dan berangsur-angsur

AlQuran diturunkan secara berangsur-angsur dalam waktu lebih kurang 23 tahun, yaitu sejak diangkatnya Muhammad menjadi Nabi dan Rasul Allah hingga beliau wafat, atau sejak beliau berusia 40 tahun hingga akhir hayatnya (63 tahun). Pentahapan ini menurut Muhammad 'Ali al-Shabuni, mengandung makna antara lain:

1) Mudah dihafal dan dipahami oleh kaum Muslimin.
2) Tidak memberatkan kaum Muslimin, karena ada proses *tadrij* (pentahapan) dalam penetapan hukum agama.
3) Dapat merespon persoalan-persoalan dan kejadian-kejadian yang timbul dalam masyarakat.
4) Menunjukkan bahwa AlQuran datang dari Allah bukan dari Nabi Muhammad sendiri.
5) Meneguhkan (*tasbit*) hati Nabi di hadapan musuh (kaum musyrik) dan sekaligus menyenangkan hati beliau setiap kali turun wahyu.

Para Ulama 'Ulum AlQuran selanjutnya membagi sejarah turunnya AlQuran ke dalam dua periode yaitu periode sebelum hijrah (ayat makkiyah) b) periode pasca hijrah (ayat madaniyyah).

Dalam pendapat yang berbeda, ada yang membaginya menjadi tiga periode, yaitu:

1) Periode pertama, sebagaimana yang diketahui bahwa wahyu yang pertama (*iqra'*) adalah ketika Nabi benlum diangkat menjadi Rasul. Baru setelah wahyu kedua, QS. Al-Mudatsir/74: 1-5, beliau baru ditugaskan menyampaikan wahyu sebagai tugas dakwah. Periode ini berlangsung selama 4-5 tahun.

2) Periode kedua, berlangsung selama 8-9 tahun, dimana terjadi pertarungan hebat antara gerakan Islam dengan kelompok jahiliyah. Ayat-ayat yang turun lebih banyak bersifat ajakan/seruan akan kewajiban-kewajiban, misal QS. An-Nahl/16: 125. Di lain pihak banyak juga berisi kecaman dan ancaman, seperti QS. Fushillat/41: 13.
3) Periode ketiga, selama periode ketiga ini, dakwah Rasulullah (dakwah AlQuran) telah dapat mewujudkan suatu prestasi besar karena penganut-penganutnya telah dapat melaksanakan ajaran-ajaran agama. Periode ini berlangsung selama kurang lebih sepuluh tahun.

f. Tujuan pokok diturunkan AlQuran

Secara garis besar tujuan diturunkannya AlQuran dapat disimpulkan ke dalam tiga tujuan pokok:

1) Petunjuk akidah dan kepercayaan yang harus dianut oleh manusia yang tersimpul dalam keimanan akan ke-Esaan Tuhan.
2) Petunjuk mengenai syari'at dan hukum-hukum, dengan jalan menerangkan dasar-dasar hukum yang harus diikuti oleh manusia dalam hubungannya dengan Tuhan dan sesamanya (makhluk lainnya).
3) Petunjuk akhlak yang murni, dengan jalan menerangkan norma-norma keagamaan dan susila yang harus diikuti.

g. Bukti-bukti keotentikannya AlQuran

Sebagai wahyu Allah, AlQuran terjamin otentisitasnya. Artinya AlQuran yang kita baca sekarang ini adalah sama betul dengan AlQuran yang dibaca oleh Rasulullah SAW dan kaum Muslimin di awal periode Islam. Bukti-bukti yang menjain otensitas AlQuran dapat didasarkan pada AlQuran dapat didasarkan pada AlQuran sendiri dan al-Hadist, serta

bukti-bukti lain yang didasarkan pada penelitian empirik.

Bukti atau jaminan otensitas AlQuran antara lain pada QS. Al-Hijr/15: 19, QS. An-Nisa/4: 82, QS. Al-Ankabut/29: 48. Sedang dalam Hadist dapat dilihat dari beberapa riwayat, antara lain riwayat yang menyebutkan bahwa setiap turu wahyu Nabi memanggil para sahabat penulis wahyu untuk meletakkan ayat atau surah pada tempat yang telah ditetapkan Nabi dan riwayat pelarangan menulis selain AlQuran, misal menulis Hadist.

AlQuran selain dihafal juga ditulis kaum Muslimin, dan Nabi sendiri memiliki hafalan yang sangat kuat, setiap tahun Jibril datang mengecek (meneliti dan mengoreksi) kebenaran hafalan Nabi. Selain Nabi para sahabat baik dari golongan Muhajirin maupun Anshar adalah para penghafal AlQuran.

Selain bukti-bukti di atas, terdapat faktor-faktor lain yang memperkuat keontetikan AlQuran, yaitu:

1) Masyarakat Arab, pada masa turunnya AlQuran merupakan masyarakat yang sangat kuat hafalannya. Hafalan menjadi andalan mereka karena baca tulis belum membudaya di kalangan mereka.
2) Masyarakat Arab pada masa itu dikenal sebagai masyarakat yang sederhana, disamping memiliki cukup waktu untuk mempertajam hafalan.
3) Masyarakat Arab sangat membanggakan kesusastraan dan bahkan sering mengadakan perlombaan tentang karya sastra pada waktu-waktu tertentu.
4) AlQuran memiliki keindahan bahasa dan isinya, sehingga tidak saja menark bagai orang Muslim, tetapi juga bagi orang kafir.

5) Rasulullah sangat menganjurkan kepada kaum Muslimin agar banyak membaca dan menghafal AlQuran
6) AlQuran turun sedikit demi sedikit sehingga memudahkan untuk dihafal
7) Dalam AlQuran maupun Hadist para sahabat ditekankan untuk berhati-hati dalam menyampaikannya.

h. Bukti lain secara matematis

Huruf hijaiyah pada lafal بسم الله الرحمن الرحيم yang terdapat dalam beberapa awal surah terhimpun 19 huruf (B(I)sm All(a)h Al-R(a)hm(a)n Al-R(a)him). Kesemua huruf dalam AlQuran dapat habis terbagi 19. Huruf ق (*qaf*) yang merupakan awal surat ke-50 ditemukan sebanyak 57 kali atau 3x19. Huruf ن (*nun*) pada Surah al-Qalam, ditemukan sebanyak 133 atau 7x19, huruf ي (ya) dan س (*sin*) pada Surah Yasin, masing-masing ditemukan sebanyak 285 atau 15x19. Huruf ط (*tha'*) dan ه (*ha'*) pada Surah Thaha masing-masing berulang sebanyak 342, sama dengan 18x19. Bilangan-bilangan tersebut dapat dijadikan sebagai bukti keoutentikan AlQuran. Karena seandainya ada ayat yang berkurang atau berlebih atau ditukar kata dan kalimatnya tentu perkalian itu menjadi kacau.

Selain huruf-huruf bahkan kata-kata dalam AlQuran terdapat habis dibagi 19. Kata Allah sebanyak 2.698 kali sama dengan 142x19, sedangkan kata Al-Rahman sebanyak 57 kali atau 3x19.

i. Tema-tema pokok AlQuran

Fazlur Rahman, Prof. Dr. dalam bukunya *Major Themes of the Qur'an* (Tema Pokok AlQuran) membagi AlQuran ke dalam delapan tema yaitu: a) Tuhan; b) Manusia sebagai individu; c) Manusia sebagai anggota masyarakat; d) Alam semesta; e) Kenabian dan

wahyu; f) Eskatologi; g) Setan dan kejahatan; h) Lahirnya masyarakat Muslim.

Tema-tema tersebut adalah didasarkan pada pernyataan bahwa AlQuran adalah ajaran moral yang berlandaskan tauhid serta keadilan sosial. Bahwa hanya Tuhan-lah berwenang menetapkan hukum moral, karena Tuhan Rabb al-'Alamin (Sang Pengatur Alam Semesta) dan Yang Maha Adil; oleh sebab itu manusia wajib mematuhi hukum yang telah ditetapkan-Nya. Tema-tema AlQuran selanjutnya merupakan pengembangan dari pemahaman tema tentang Tuhan yang mempunyai implikasi moral, berupa; (1) keadilan, (2) persamaan, (3) musyawarah, dan (4) perdamaian.

2. Hadist (as-Sunnah)
   a. Pengertian Hadist

      Hadist (الحديث) secara bahasa mempunyai beberapa pengertian, yakni:

      1) *Jadid* (baru), lawan *qadim* (terdahulu), "Allah bersifat *qadim*, mustahil bersifat *hadist*"
      2) *Qarib* (dekat), belum lama terjadi,
      3) *Khabar* atau berita, yaitu suatu yang dipercakapkan dan dipindahkan dari seseorang kepada seseorang yang lain (*ma yutahaddasu bihi wa yunqalu*) dan
      4) *Kebiasaan,* yaitu cara yang dirintis dan dilakukan secara berulang-ulang.

      Tetapi definisi Hadist sebagai sumber ajaran Islam, secara ringkas dapat diartikan adalah "segala ucapan, perbuatan dan persetujuan Nabi". Perkataan beliau dinamakan *sunnah qauliyah,* perbuatannya dinamakan *sunnah fi'liyah*, dan persetujuan beliau dinamakan *sunnah taqririyah*. Persetujuan tersebut bisa dalam bentuk tidak adanya komentar, bantahan, larangan, atau kritik terhadap suatu perbuatan atau ucapan para sahabat yang telah beliau ketahui. Kedudukan

perkataan atau ucapan sahabat yang beliau setujui ini sama dengan perkataan atau perbuatan beliau sendiri.

b. Unsur-unsur Hadist
   1) *Matan Hadist.* Suatu *matan* (materi) hadist yang baik ialah apabila Hadist itu tidak bertentangan dengan *nash* AlQuran atau *matan* Hadist lain yang lebih kuat *sanad*-nya, tidak pula bertentangan dengan ratio dan fakta sejarah dan tidak pula bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam.
   2) *Sanad Hadist*. *Sanad* (rangkaian *rawi*), yang baik ialah sanad yang bersambung-sambung *rawi* (periwayat)-nya, baik dalam kedudukannya sebagai penyampaian Hadist, mereka benar-benar bertemu, bahkan rawi penerima pernah berguru kepada rawi penyampai atau penyampai atau pembawanya. Jika diantara mereka ada yang diragukan kedudukannya sebagai rawi, maka Hadist yang diriwayatkannya adalah *mursal* (terputus), berarti *mardud* (tertolak).
   3) *Rawi Hadist.* Rawi (yang meriwayatkan) yang dapat diterima periwayatannya haruslah memenuhi syarat:
      a) *Adil*. Adil berarti benar, tidak pernah dusta, jujur dan tidak terbiasa berbuat dosa.
      b) *Dlabith* atau *hafizh*. Yaitu kuat hafalan, tidak pelupa serta punya catatan pribadi yang dapat dipertanggung juawabkan.
      c) *Tsiqab.* Adalah benar/dapat dipercaya. *Tsiqab* adalah gabungan dari *Adil* dan *Dlabith*

c. Macam-macam Hadist
   1) Dilihat dari segi bentuknya: *Qauliyah***.** Hadist yang berbentuk/berupa perkataan Nabi; *Fi'liyah.* Hadist perbuatan Nabi; *Taqririyah.* Hadist yang berupa perbuatan sahabat yang disaksikan atau didengar

oleh Nabi dan Nabi tidak menegur atau menyalahkannya.

2) Dilihat dari segi jumlah orang yang meriwayatkannya: *Mutawatir.* Hadist yang diriwayatkan oleh banyak orang yang tidak terhitung. Jumlahnya yang banyak, menurut akal tidak mungkin sepakat untuk berdusta. *Mashyur.* Hadist yang perawi lapis pertamanya beberapa orang tabi'in, sesudah itu tersebar luas dinukilkan orang banyak yang tak dapat disangka mereka sepakat untuk dusta. *Ahad.* Hadist yang diriwayatkan oleh seorang atau lebih, tetapi tidak cukup terdapat padanya sebab-sebab yang menjadikannya ke tingkat *Mashyur.*
3) Dilihat dari segi kualitasnya: *Shahih.* Hadist yang sanadnya bersambung-sambung, diriwayatkan oleh yang adil dan kuat ingatan, tidak terdapat padanya keganjilan (*syadz*) dan cacat (*illah*). *Hasan.* Hadist yang memenuhi persyaratan Hadist Shahih kecuali segi hafalan (ingatan) parawinya yang kurang baik. *Dhaif.* Hadist yang tidak di dapatinya padanya syarat Shahih dan tidak pula didapatinya padanya syarat Hasan. (Misalnya: perawi-perawinya bukan orang yang dipandang adil, terkenal sering berdusta, atau tidak terang keadaan dan tidak pula banyak riwayatnya, atau terdapat padanya cacat dan keganjilan). *Maudlu'.* Hadist palsu, yaitu Hadist yang dibuat-buat oleh seseorang dan dikatakan sebagai sabda atau perbuatan Nabi.
4) Dilihat dari segi diterima atau tidaknya: *Maqbul.* Hadist yang diterima dan dapat dijadikan hujjah/alasan dalam agama. *Mardud.* Hadist yang ditolak dan tidak boleh dijadikan alasan dalam agama.

5) Dilihat dari segi siapa yang berperan dalam Hadist: *Marfu'*. Jika Hadist itu benar-benar merupakan perbuatan, sabda atau *taqriri* Nabi. *Mauquf.* Jika Hadist itu hanya merupakan perbuatan atau kata-kata sahabat dan Nabi tidak menyaksikan atau mendengarnya. *Maqthu'*. Jika Hadist itu hanya merupakan perbuatan atau kata-kata *tabi'in*.

d. Kedudukan Hadist

Jumhur ulama menyatakan bahwa al-Sunnah menempati urutan kedua setelah AlQuran, dengan beberapa argumentasi, antara lain:

1) AlQuran bersifat *qath'i al-wurud*, sedangkan al-Sunnah bersifat *dhani al-wurud*.
2) Al-Sunnah berfungsi sebagai penjabaran AlQuran. Ini dapat diartikan bahwa yang menjelaskan berkedudukan setingkat di bawah yang dijelaskan.
3) Ada beberapa hadist urutan kedudukan hadist adalah setelah AlQuran, diantaranya dialog Rasulullah dengan Muaz bin Jabal yang diutus ke Yaman sebagai *qadli* (hakim agama).
4) AlQuran sebagai wahyu dari pencipta, sedangkan Hadist berasal dari hamba utusan-Nya, maka layak kedudukan Sunnah sebagai sumber kedua setelah AlQuran.

Selanjutnya beberapa ayat AlQuran dan Hadist Nabi yang menyatakan kedudukan Hadist sebagai sumber kedua setelah AlQuran adalah terdapat pada; QS. An-Nisa/4: 59, 80.

"*Aku tinggalkan untuk kalian dua perkara atau pusaka, selama kalian berpegang kepada keduanya, kalian tidak akan tersesat, Kitabullah (AlQuran) dan Sunnah-Nya.*" (HR. Abu Daud).

e. Fungsi Hadist terhadap AlQuran

Fungsi Hadist adalah menerangkan dan menjelaskan dalil-dalil AlQuran. Dengan kata lain sebagai *bayan* atau penafsir yang dapat mengungkap tujuan AlQuran. Para ulama menerangkan fungsi Hadist terhadap AlQuran, antara lain:

1) *Bayan Tafshil.* Adalah menjelaskan atau memperinci kemujmalan AlQuran. AlQuran bersifat *mujmal* (global), maka diperlukan perincian. Karena itu diperlukan Sunnah (Hadist). Misal, tentang perintah shalat, puasa, zakat, haji dan lainnya.
2) *Bayan Takhsish.* Dalam AlQuran terdapat ayat-ayat yang bersifat umum. Hadist memberikan penjelasan tentang kekhususannya. Misal, dalam AlQuran terdapat ayat yang menyatakan bahwa dihalalkan menikahi wanita-wanita bahkan berpoligami. Hadist memberi penjelasan (kekhususan), yakni; *"Tidak boleh seseorang mengumpulkan (memadu) seorang wanita dengan 'ammah (saudari bapak)nya dan seorang seorang wanita dengan khalah (saudari ibu)nya"*. (HR. Bukhari-Muslim).
3) *Bayan Ta'yin.* Hadist berfungsi menentukan mana yang dimaksud diantara dua atau tiga perkara yang mungkin dimaksudkan oleh AlQuran. Sebagai contoh, di dalam AlQuran dikatakan bahwa perempuan-perempuan yang dicerai menunggu masa iddahnya sampai tiga kali *quru'*. Walau lafal *quru'* dalam AlQuran mempunyai lebih dari satu pengertian, tetapi yang dimaksud dengan *quru'* dijelaskan dalam hadist.
4) *Bayan Nasakh.* Hadist menerangkan mana ayat yang menasakh (menghapus) dan mana yang dimansukh (dihapus). Missal tentang arah kiblat, pertama ke Bait al-Maqdis dan kemudian ke Ka'bah.

3. Ijtihad

a. Pengertian *ijtihad.*

Secara etimologis, *ijtihad* berasal dari kata *jahada, yajhadu*, masdarnya *jahdan* (جهدا -- جهد يجهد), yang berarti berusaha sungguh-sungguh atau mencurahkan segala kesungguhan.

Secara terminologis *ijtihad* berarti usaha maksimal seorang ahli *fiqh* guna menemukan hukum suatu masalah yang tidak terdapat dalam AlQuran dan Hadist. Diartikan pula bahwa *ijtihad* adalah berusaha sekeras-kerasnya untuk membentuk penilaian yang bebas tentang suatu masalah hukum.

Oleh karena itu dapat dipahami bahwa *ijtihad* adalah upaya mencurahkan segala kemampuan untuk merumuskan hukum syara' dengan cara *instinbath* dari AlQuran dan as-Sunnah. Maksudnya menggunakan kemampuan akal (rasional) guna merumuskan hukum yang tidak disebut secara eksplisit pada AlQuran dan al-Hadist. Dasar hukumnya antara lain:

اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَاٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

Sungguh, pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir. (QS. Ar-Rad: 3; lihat juga Ar-Rum: 21,Az-Zumar: 42).

b. Kedudukan *ijtihad.*

Ijtihad dalam tatanan hukum Islam menempati urutan ketiga setelah AlQuran dan Hadist. Perintah *ijtihad* dapat dilihat pada:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَطِيْعُوا اللّٰهَ وَاَطِيْعُوا الرَّسُوْلَ وَاُولِى الْاَمْرِ مِنْكُمْۚ

Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. (QS. An-Nisa/4: 59).
Lihat juga pada QS. Al-Maidah/5: 48.

Ayat di atas diperkuat dengan Hadist dialog Rasul dengan Muadz bin Jabal (HR. Abu Daud dan Tirmidzi).

Jumhur ulama sepakat, *ijtihad* tidak boleh merambah ibadah *mahdah* (formal). Sedangkan lapangan ijtihad melingkupi wilayah ibadah *ghairu mahdah*, atau hal-hal yang tidak terdapat dalam AlQuran dan Hadist. Wilayah yang merupakan wilayah *ijtihad* antara lain misalnya: inseminasi buatan (bayi tabung), bank sperma, bank ASI, transplantasi organ, donor darah, cloning, operasi ganti kelamin, operasi selaput dara, KB (Keluarga Berencana), jual beli valuta asing, asuransi, Multi Level Marketing (MLM), nikah via telepon, talak via telepon, dan lain-lain.

Yusuf Qardhawi menyatakan bahwa terdapat dua *agenda* besar *ijtihad* yang dituntut oleh peradaban modern, yakni:

a) Bidang hubungan keuangan dan ekonomi.
b) Bidang ilmu pengetahuan dan kedokteran.

c. Metode dan bentuk-bentuk *Ijtihad.*

Di kalangan sebagian ulama terdapat bentuk-bentuk *ijtihad*, yaitu:

1) *Ijma'*. Secara bahasa *Ijma* (اجماع) adalah menghimpun atau mengumpulkan atau bersatu dalam pendapat. Secara istilah *ijma'* adalah konsensus (kesepakatan) para ulama (ahli *ijtihad*) terhadap suatu masalah sepeninggal Rasulullah. Misal: a) *ijma'* para sahabat Nabi dalam pengangkatan Abu Bakar Sidiq sebagai khalifah. b) fatwa MUI tentang diharamkannya mengikuti Natal bersama, c) diharamkannya operasi selaput dara dan sebagainya.
2) *Qiyas*. Menurut bahasa *Qiyas* (قياس) adalah mengukur sesuatu menurut contoh yang lain,

kemudian menyamakannya. Secara istilah adalah menetapkan hukum suatu masalah yang tidak ada ketentuan hukumnya dalam AlQuran dan Sunnah dengan jalan menyamakannya dengan masalah lain yang ada ketentuan hukumnya dalam AlQuran dan Sunnah, karena ada sebab yang menyamakan antara keduanya (*illat*). Atau dengan kata lain menerapkan hukum perbuatan tertentu pada perbuatan lain yang memiliki kesamaan. Misalnya, a) AlQuran melarang jual beli ketika Jum'at (QS. Al-Jumuah/62: 9) dan hukum perbuatan selain dagang juga terlarang, karena sama-sama mengganggu shalat. b) Boleh membayar zakat fitrah dengan beras, sementara dalam Hadist zakat dengan gandum dan korma. c) Haram mengonsumsi narkotika, mengacu pada ayat:

يَآيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْاَنْصَابُ وَالْاَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطٰنِ فَاجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkurban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung. (QS. Al-Maidah/5: 90).

3) *Istihsan* (استحسان). Menurut bahasa, *Ihtisan* adalah menganggap baik (suatu hal). Secara istilah adalah menetapkan hukum sesuatu perbuatan berdasarkan prinsip-prinsip umum ajaran Islam, seperti prinsip keadilan dan kasih sayang. Misalnya; seorang mesti memilih satu dari dua alternatif perbuatan yang sama-sama buruk. Maka

ia meyakini mengambil salah satu yang diyakini paling ringan keburukannya. Sebagaimana dalam AlQuran:

الَّذِيْنَ يَسْتَمِعُوْنَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُوْنَ اَحْسَنَهٗ ۗ اُولٰۤىِٕكَ الَّذِيْنَ هَدٰىهُمُ اللّٰهُ وَاُولٰۤىِٕكَ هُمْ اُولُوا الْاَلْبَابِ

(Yaitu) mereka yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal sehat. (QS. Az-Azumar/39: 18).

4) *Mashalih Mursalah* (مصالح االمرسله). Menetapkan hukum terhadap suatu persoalan ijtihadiyah atas pertimbangan kegunaan dan kemanfaatan yang sesuai dengan tujuan syara'. Misalnya: a) mengumpulkan dan menulis AlQuran yang sebenarnya tidak disuruh oleh syariat, b) Disyaratkannya adanya surat nikah untuk sahnya gugatan dalam soal perkawinan, c) mengadakan rumah tahanan bagi orang-orang terhukum, dan lain-lain.

   Agama membawa kepada kebaikan. Oleh sebab itu dikatakan Ibn Taimiyah:

   "Hukum sesuatu apakah dia haram atau mubah, maka dilihat dari segi kebiasaan dan kebaikannya."

5) *'Uruf* (عرف). Yang dimaksud dengan *'Uruf* adalah berbagai tradisi yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat, yang tidak bertentangan dengan AlQuran dan as-Sunnah. Para pemakai *'uruf* memperkuat pendiriannya dengan firman Allah:

خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَاَعْرِضْ عَنِ الْجٰهِلِيْنَ

Jadilah pemaaf dan suruhlah orang mengerjakan yang makruf, serta jangan pedulikan orang-orang yang bodoh. (QS. Al-A'raf/7: 199).

Kata *'al-urfu'* pada ayat di atas diartikan dalam konotasi tradisi-tradisi baik yang sudah popular dan disepakati bersama oleh masyarakat. Oleh karena itu para pemakai *u'ruf* dalam proses kajian hukumnya mengeluarkan kaidah *al-'adah al-muhakamah*; bahwa kebiasaan-kebiasaan masyarakat itu dapat dijadikan rujukan dalam pembahasan hukum.

d. Pembagian *ijtihad.*
   1) *Ijtihad fardi* (*Ijtihad* individual). *Ijtihad* yang dilakukan oleh seorang mujtahid saja. (lihat dasar HR. Abu Daud dan Tirmidzi, tentang Muazd bin Jabal).
   2) *Ijtihad jama'i* (*Ijtihad* kolektif). *Ijtihad* yang dilakukan oleh sekelompok mujtahidin. Misalnya dalam pengangkatan Abu Bakar Siddiq sebagai khalifah pertama.

e. Syarat-syarat Mujtahid

   Ijtihad yang pelakunya disebut Mujtahid, tidak begitu saja dapat dilaksanakan. Seorang mujtahid harus memperhatikan prosedur pembahasan dan masalah *furu'iyah*, selain itu seorang mujtahid harus memiliki kriteria/*skill* sebagai berikut:
   1) Harus mengetahui dan memahami makna ayat-ayat hukum, baik makna semantik maupun konotasi hukumnya.
   2) Harus mengetahui dan memahami makna Hadist-hadist hukum, baik makna semantik maupun konotasi hukumnya.
   3) Harus mengetahui ayat-ayat yang *mansukh* dan yang me-*nasakh*-nya.

4) Harus mengetahui ketentuan-ketentuan hukum yang telah ditetapkan lewat *ijma'*.
5) Dapat mengetahui metodologi penggunaan *qiyas* (analogis) dengan baik.
6) Harus mengetahui bahasa Arab dengan baik.
7) Harus mengetahui kaedah-kaedah *ushul fiqh* dengan baik.
8) Harus mengetahui *maqashid al-syari'ah.*

f. Tingkatan Mujtahid
1) *Mujtahid mustaqil*. Adalah mujtahid yang telah mandiri dalam melakukan *ijtihad*. Mereka ini adalah para mujtahid salaf, yang telah melahirkan mazhab-mazhab *fiqh*.
2) *Mujtahid mutlak yang tidak mustaqil*. Mereka memenuhi kriteria seperti di atas, tetapi tidak melahirkan kaedah-kaedah sendiri, mereka mengikuti kaedah-kaedah imamnya. Dianta mereka adalah Abu Yusuf as-Saibani dari kalangan hanfiyah, al-Muzani dari kalangan as-Syafi'iyah.
3) *Mujtahid takhrij*. Sangat terikat dengan kaedah imamnya, mereka tidak mengkritik imamnya dan tidak melahirkan kaedah-kaedah baru dalam berfatwa. (*mujtahid fi al-mazhab*).
4) *Mujtahid tarjih*. Mereka adalah mujtahid yang tidak memenuhi kriteria satu, dua, tiga (di atas). Mereka hanya melakukan "*tarjih*" terhadap pendapat Imam mazhab.
5) *Mujtahid fatwa*. Mereka berfatwa dengan pemikiran-pemikiran *fiqh* hasil karya imam mazhabnya, atau tokoh di sekitarnya.

BAB VII
PERSEPSI ISLAM

Persepsi seperti yang dibahas di atas adalah daya pikir terhadap sesuatu melalui alat-alat indra dipengaruhhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses pengetahuan yang berpengaruh pada suatu penafsiran individu pada suatu objek yang akan memberikan makna pada dirinnya. Persepsi yang dimiliki seseorang akan tergantung pada faktor personal dan faktor situasional.

Persepsi akan menjadi jelas untuk dapat dipahami apabila kita hubungkan timbal balik antara manusia atau individu dengan lingkungannya manusia adalah organisme yang senantiasa bersikap sesuai dengan lingkungannya dalam situasi manapun dia berada dan kalau situasi ini telah menjadi lingkungan pengamatnya (persepsi) dan dengan demikian berarti sudah tercipta suatu skema situasi tersebut.

Persepsi adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman, maka dipahami bahwa persepsi Islam adalah cara pandang atau memahami sebuah hal secara ajaran Islam.

Islam datang ke bumi untuk membangun manusia dalam kedamaian dengan sikap kepasrahan total kepada Allah SWT, sehingga seorang yang beragama Islam akan mengutamakan kedamaian pada diri sendiri maupun pada orang lain. Juga keselamatan diri sendiri dan keselamatan orang lain. Dalam sebuah hadits Nabi SAW dikatakan:

الْمُسْلِمُ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِه، وَالْمُهَاجِرُ مَنْ هَجَرَ مَا نَهَى اللَّهُ عَنْهُ

Seorang muslim itu yang menyelamatkan muslim yang lain dari perkataannya, dan dari perbuatan tangannya, dan orang yang

berhijrah adalah orang yang berhijrah dari sesuatu yang dilarang Allah. (HR. Nasa'i).

Dengan demikian persepsi Islam adalah bagaimana memahami segala hal yang bersifat informasi ataupun hal-hal yang mempengaruhi kehidupan dan sifatnya membawa kebaikan untuk diri sendiri juga orang lain, kemaslahatan untuk semua, karena sifat Islam yang *rahmatan lil alamin*.

Islam sebagai agama yang membawa keselamatan tentunya memberikan rambu-rambu atau ajaran yang benar untuk keselamatan dan kebaikan umat manusia. Maka persepsi Islamia di sini selain cara memahami segala sesuatu, baik informasi atau apapun dengan baik karena adanya koridor aturan yang diberlakukan sesuai ajaran Islam itu sendiri. Dengan begitu, Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan pikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman.

BAB VIII
MASYARAKAT INDONESIA

A. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, tradisi tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif. Masyarakat merupakan wadah untuk membentuk kepribadian diri setiap kelompok manusia atau suku yang berbeda satu dengan yang lainnya. Selain itu masyarakat adalah kelompok manusia yang tinggal menetap dalam suatu wilayah yang tidak terlalu jelas batas-batasnya, berinteraksi menurut kesamaan pola tertentu, diikat oleh suatu harapan dan kepentingan yang sama, keberadaannya berlangsung terus-menerus, dengan suatu rasa identitas yang sama.

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang karena tuntutan kebutuhan dan pengaruh keyakinan, pikiran, serta ambisi tertentu dipersatukan dalam kehidupan kolektif. Sistem dan hukum yang terdapat dalam suatu masyarakat mencerminkan perilaku-perilaku individu karena individu-indivu tersebut terikat dengan hukum dan sistem tersebut.

Menurut antropolog Elman Service, untuk memudahkan mempelajari keanekaragaman masyarakat, masyarakat dapat dibagi menjadi empat kategori berdasarkan peningkatan ukuran populasi, sentralisasi politik, serta stratifikasi sosial, yaitu: kawanan, suku, kedatuan, dan negara. Jenis masyarakat paling kecil atau kawanan biasanya hanya terdiri atas beberapa kelompok, banyak diantaranya merupakan kumpulan dari satu atau beberapa keluarga besar.

Masyarakat merupakan sebuah sistem yang saling berhubungan antara satu manusia dengan manusia lainnya yang membentuk suatu kesatuan. Manusia sebagai mahluk sosial

membutuhkan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhannya. Mereka tidak dapat hidup sendiri dalam sebuah masyarakat. Kriteria interaksi antar manusia dijabarkan sebagai berikut:

1. Harus ada pelaku yang jumlahnya lebih dari satu.
2. Ada komunikasi antarpelaku dengan menggunakan simbol-simbol.
3. Ada dimensi waktu (lampau, kini, mendatang) yang menentukan sifat aksi yang sedang berlangsung.
4. Ada tujuan-tujuan tertentu, terlepas dari sama atau tidaknya tujuan tersebut dengan yang diperkirakan pengamat.

Masyarakat terjelma bukan karena keberadaannya di satu saat dalam perjalanan waktu, tetapi mereka ada dalam waktu, mereka adalah jelmaan waktu. Masyarakat selalu ada dari masa lalu ke masa mendatang. Kehadirannya justru melalui fase antara apa yang telah terjadi dan apa yang akan terjadi. Dalam masyarakat kini terkandung pengaruh, bekas, dan jiplakan masa disertai dengan bibit dan potensi untuk masa depan. Hakikat masyarakat sesuai dengan skenario penciptaan manusia sebagai khalifah di muka bumi, yakni tegaknya keadilan Ilahi yang berlaku untuk alam dan manusia.

Masyarakat merupakan manusia yang senantiasa berhubungan (berinteraksi) dengan manusia lain dalam suatu kelompok. Kehidupan masyarakat yang selalu berubah (dinamis) merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Masyarakat warga atau *political society* dibentuk dengan tujuan yang spesifik: menjamin hak milik pribadi dan melakukan penertiban sosial dengan menjatuhkan sanksi bagi para pelanggar peraturan.

Menurut Marion Levy bahwa ada empat kriteria yang harus dipenuhi agar sebuah kelompok dapat disebut sebagai masyarakat, yaitu:

1. Kemampuan bertahan yang melebihi masa hidup seorang anggotanya.

2. Perekrutan seluruh atau sebagian anggotanya melalui reproduksi atau kelahiran.
3. Adanya sistem tindakan utama yang bersifat swasembada.
4. Kesetiaan pada suatu sistem tindakan utama secara bersama-sama

Sedangkan menurut Soerjono Soekanto unsur-unsur pembentuk masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Beranggotakan dua orang atau lebih.
2. Anggotanya sadar sebagai satu kesatuan.
3. Berhubungan dengan jangka waktu yang cukup lama yang menghasilkan manusia baru yang berkomunikasi, dan membuat aturan-aturan yang mengatur hubungan antar anggota masyarakat.
4. Menjadi sistem hidup bersama yang menimbulkan kebudayaan serta keterkaitan antar anggota masyarkat.

Menurut Soerjono Soekanto, ciri-ciri masyarakat yaitu: a) Hidup secara berkelompok; b) Melahirkan kebudayaan; c) Mengalami perubahan; d) Adanya interaksi; e) Adanya seorang pemimpin; f) Memiliki stratifikasi sosial.

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling "bergaul", atau dengan istilah ilmiah, saling "berinteraksi". Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana agar warganya dapat saling berinteraksi. Negara modern misalnya, merupakan kesatuan manusia dengan berbagai macam prasarana, yang memungkinkan para warganya untuk berinteraksi secara intensif, dan dengan frekuensi yang tinggi. Suatu negara modern mempunyai suatu jaringan komunikasi berupa jaringan jalan raya, jaringan jalan kereta api, jaringan perhubungan udara, jaringan telekomunikasi, sistem radio dan televisi, berbagai macam surat kabar di tingkat nasional, suatu sistem upacara pada hari-hari raya nasional dan sebagainya. Negara dengan wilayah geografis yang lebih kecil berpotensi untuk berinteraksi secara intensif daripada negara dengan

wilayah geografis yang sangat luas. Tambahan pula bila negara tersebut berupa kepulauan, seperti halnya negara kita.

Adanya prasarana untuk berinteraksi menyebabkan warga dari suatu kelompok manusia itu saling berinteraksi. Sebaliknya, bila hanya adanya suatu potensi untuk berinteraksi saja belum berarti bahwa warga dari suatu kesatuan manusia itu benar-benar akan berinteraksi. Suatu suku bangsa, misalnya saja suku bangsa Bali, mempunyai potensi untuk berinteraksi, yaitu bahasa Bali. Namun, adanya potensi itu saja tidak akan menyebabkan bahwa semua orang Bali tanpa alasan mengembangkan aktivitas yang menyebabkan suatu interaksi secara intensif di antara semua orang Bali tadi.

Hendaknya diperhatikan bahwa tidak semua kesatuan manusia yang bergaul atau berinteraksi itu merupakan masyarakat, karena suatu masyarakat harus mempunyai suatu ikatan lain yang khusus. Sekumpulan orang yang mengerumuni seorang tukang penjual jamu di pinggir jalan tidak dapat disebut sebagai suatu masyarakat. Meskipun kadang-kadang mereka juga berinteraksi secara terbatas, mereka tidak mempunyai suatu ikatan lain kecuali ikatan berupa perhatian terhadap penjual jamu tadi. Demikian juga sekumpulan manusia yang menonton suatu pertandingan sepak bola, dan sebenarnya semua kumpulan manusia penonton apapun juga, tidak disebut masyarakat. Sebaliknya, untuk sekumpulan manusia itu kita pakai istilah kerumunan. Dalam bahasa Inggris telah dipakai istilah *crowd*.

Ikatan yang membuat suatu kesatuan manusia menjadi suatu masyarakat adalah pola tingkah laku yang khas mengenai semua faktor kehidupannya dalam batas kesatuan itu. Lagipula, pola itu harus bersifat mantap dan kontinu, dengan perkataan lain, pola khas itu harus sudah menjadi adat istiadat yang khas. Dengan demikian, suatu asrama pelajar, suatu akademi kedinasan, atau suatu sekolah, tidak dapat kita sebut masyarakat, karena meskipun kesatuan manusia yang terdiri

dari murid, guru, pegawai administrasi, serta para karyawan lain itu terikat dan diatur tingkah lakunya oleh berbagai norma dan aturan sekolah dan lain-lain, tetapi sitem normanya hanya meliputi beberapa sektor kehidupan yang terbatas saja. Sedangkan sebagai kesatuan manusia, suatu asrama atau sekolah itu hanya bersifat sementara, artinya tidak ada kontinuitasnya.

Selain ikatan adat istiadat khas yang meliputi sektor kehidupan dan kontinuitas waktu, warga suatu masyarakat harus juga mempunyai ciri lain, yaitu suatu rasa identitas bahwa mereka memang merupakan suatu kesatuan khusus yang berbeda dari kesatuan-kesatuan manusia lainnya. Ciri ini memang dimiliki oleh penghuni suatu asrama atau anggota suatu sekolah. Akan tetapi, tidak adanya sistem norma yang menyeluruh dan tidak adanya kontinuitas, menyebabkan penghuni suatu asrama atau murid suatu sekolah tidak bisa disebut masyarakat. Sebaliknya suatu negara, suatu kota, atau desa, misalnya, merupakan suatu kesatuan manusia yang memiliki keempat ciri terurai di atas, yaitu (1) interaksi antar warga-warganya, (2) adat istiadat, norma, hukum dan aturan-aturan khas yang mengatur seluruh pola tingkah laku warga negara kota atau desa; (3) kontinuitass waktu; (4) dan rasa identitas kuat yang mengikat semua warga. Itulah sebabnya suatu negara atau desa dapat kita sebut masyarakat dan kita memang sering berbicara tentang masyarakat Indonesia, masyarakat Filipina, masyarakat Medan, masyarakat Sala, masyarakat Balige, masyarakat Ciamis, atau masyarakat desa Trunyan.

Setelah uraian tadi, sekarang tiba waktunya untuk merumuskan suatu definisi mengenai konsep masyarakat untuk keperluan analisis antropologi. Dengan memperhatikan ketiga ciri terurai sebelumnya, definisi mengenai masyarakat secara khusus dapat kita rumuskan sebagai berikut: Masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu

sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.

Definisi itu mempunyai suatu definisi yang diajukan oleh J.L. Gillin dan J.P. Gillin dalam buku mereka Cultur Sociology (1954: hlm.139), yang merumuskan bahwa masyarakat atau *society* adalah "……. *the largest grouping in which common customs, traditions, attitudes and feelings of unity are operative*". Unsur *grouping* dalam definisi kita, unsur common customs dan *traditions* adalah unsur "adat istiadat" dan "kontinuitas" dalam definisi kita, serta unsur *common attitudes* and *feelings of unity* sama dengan unsur "identitas bersama". Suatu tambahan dalam definisi Gillin adalah unsur (*the largest*) "terbesar" yang memang tidak dimuat dalam definisi kita. Walaupun demikian, konsep itu dapat diterapkan pada konsep masyarakat suatu bangsa atau negara, miisalnya konsep masyarakat Indonesia, masyarakat Filipina, masyarakat Belanda, masyarakat Amerika, dalam contoh kita sebelumnya.

Meskipun kita sering berbicara tentang konsep masyarakat dalam arti luas, seperti konsep masyarakat negara Indonesia, tetapi kenyataannya, dalam pikiran kita tidak terbayang seluruh manusia yang berjumlah + 270 juta jiwa Indonesia itu. Biasanya yang terbayang dalam pikiran kita ialah lingkaran manusia Indonesia sekitar diri kita sendiri, manusia Indonesia di suatu lokasi tertentu, atau dalam ikatan suatu kelompok tertentu. Dalam bukunya, Azas-azas Sosiologi guru besar ilmu sosiologi Universitas Gadjah Mada, M.M. Djojodigoeno, membedakan antara konsep "masyarakat dalam arti yang luas dann sempit".

Berdasarkan konsep Djojodigoeno ini dapat dikatakan masyarakat Indonesia sebagai contoh suatu "masyarakat dalam arti luas". Sebaliknya, masyarakat yang terdiri dari warga suatu kelompok kekerabatan seperti dadia, marga, dan suku, kita anggap sebagai contoh dari suatu "masyarakat dalam arti sempit".

Kesatuan wilayah, kesatuan adat-istiadat, rasa identitas komunitas dan rasa royalitas terhadap komunitas sendiri, merupakan ciri-ciri suatu komunitas, dan pangkal dari perasaan seperti patriotism, nasionalisme dan sebagainya, yang biasanya bersangkutan dengan negara. Memang, suatu negara merupakan wujud dari suatu komunitas yang paling besar. Selain negara, keatuan-kesatuan seperti kota, desa, suatu RW atau RT, juga sesuai dengan definisi kita mengenai komunitas, yaitu: suatu kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah yang nyata, dan berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas komunitas.

Uraian sebelumnya, kesatuan hidup manusia di suatu negara, desa atau kota, juga kita sebut "masyarakat". Apakah dengan demikian konsep masyarakat sama dengan konsep komunitas? Kedua istilah itu memang bertumpang-tindih, tetapi istilah masyarakat adalah istilah umum bagi suatu keatuan hidup manusia, dan karena itulah bersifat luas daripada istilah komunitas. Masyarakat adlah semua kesatuan hidup manusia yang bersifat mantap dan terikat oleh satuan adat-istiadat dan rasa identitas bersama, tetapi komunitas bersifat khusus karena ciri tambahan ikatan lokasi dan kesadaran wilayah tadi.

Masyarakat sebagai suatu kelompok manusia yang sangat umum sifatnya, mengandung kesatuan-kesatuan yang sifatnya lebih khusus, tetapi belum tentu mempunyai syarat pengukat yang sama dengan suatu masyarakat. Kesatuan sosial yang tidak mempunyai syarat pengikat itu serupa dengan "kerumunan" atau *crowd* yang telah kita pelajari pada sebelumnya, tidak mempunyai sifat-sifat masyarakat. Kesatuan sosial itu adalah kategori sosial.

Kategori sosial adalah kesatuan manusia yang terwujud karena adanya suatu ciri atau suatu kompleks ciri-ciri objektif yang dapat dikenakan kepada manusia-manusia itu. Ciri-ciri objektif itu biasanya dikenakan oleh pihak dari luar kategori

sosial itu sendiri tanpa disadari oleh yang bersangkutan, dengan suatu maksud praktis tertentu. Misalnya, dalam masyarakat suatu negara ditentukan melalui hukumnya bahwa ada kategori warga di atas umur 18 tahun, dan kategori warga di bawah 18 tahun, dengan maksud untuk membedakan antara warga negara yang mempunyai hak pilih dan warga negara yang tidak mempunyai hak pilih dalam pemilihan umum. Contoh lain adalah bahwa dalam masyarakat itu juga ada suatu kategori orang yang memiliki mobil, dan suatu kategori orang yang tidak memilikinya, dengan maksud untuk menentukan warga negara yang harus membayar sumbangan wajib dan yang bebas dari sumbangan wajib. Serupa dengan itu, dalam suatu masyarakat dapat diadakan bermacam-macam penggolongan berdasarkan ciri-ciri objektif untuk berbagai maksud, seperti kategori pegawai negeri untuk menghitung hadiah lebaran, kategori anak di bawah umur 17 tahun untuk larangan menonton film orang dewasa, kategori pejar untuk memperkirakan pendapatan negara dari SPP dan sebagainya. Dengan demikian, tidak hanya pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu kota saja yang dapat mengadakan berbagai macam penggolongan seperti itu terhadap warga masyarakat, tetapi seorang peneliti untuk keperluan analisisnya dapat juga misalnya mengadakan berbagai macam penggolongan terhadap penduduk dari masyarakat yang menjadi objek penelitiannya tanpa disadari oleh mereka yang bersangkutan.

Kecuali persamaan ciri objektif tadi yang dikenakan kepada mereka oleh pihak luar, biasanya tidak ada unsur lain yang mengikat suatu kategori sosial. Orang-orang dalam suatu kategori sosial, misalnya semua anak di bawah 17 tahun, biasanya tidak ada suatu orientasi sosial yang mengikat mereka. Mereka juga tidak memiliki potensi yang dapat mengembangkan suatu interaksi di antara mereka sebagai keseluruhan. Mereka juga tidak mempunyai identitas (merupakan hal yang logis karena penggolongan ke dalam suatu

kategori sosial itu dilakukan oleh pihak luar terhadap diri mereka, dengan ciri-ciri kriteria yang biasanya tidak mereka sadari). Suatu kategori sosial biasanya juga tidak terikat oleh kesatuan adat, sistem nilai, atau norma tertentu. Suatu kategori sosial tidak mempunyai lokasi, tidak mempunyai organisasi, tidak mempunyai pimpinan.

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling "bergaul", atau dengan istilah ilmiah, saling "berinteraksi". Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana agar warganya dapat saling berinteraksi. Negara modern misalnya, merupakan kesatuan manusia dengan berbagai macam prasarana, yang memungkinkan para warganya untuk berinteraksi secara intensif, dan dengan frekuensi yang tinggi.

Suatu negara modern mempunyai suatu jaringan komunikasi berupa jaringan jalan raya, jaringan jalan kereta api, jaringan perhubungan udara, jaringan telekomunikasi, sistem radio dan televisi, berbagai macam surat kabar di tingkat nasional, suatu sistem upacara pada hari-hari raya nasional dan sebagainya. Negara dengan wilayah geografis yang lebih kecil berpotensi untuk berinteraksi secara intensif daripada negara dengan wilayah geografis yang sangat luas. Tambahan pula bila negara tersebut berupa kepulauan, seperti halnya negara kita.

B. Indonesia

Kata "Indonesia" berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *Indus* yang merujuk kepada Sungai Indus di India dan nesos yang berarti "pulau".Jadi, kata Indonesia berarti wilayah "kepulauan India", atau kepulauan yang berada di wilayah Hindia; ini merujuk kepada persamaan antara dua bangsa tersebut (India dan Indonesia). Pada tahun 1850, George Windsor Earl, seorang etnolog berkebangsaan Inggris, awalnya mengusulkan istilah Indunesia dan Malayunesia untuk penduduk "Kepulauan Hindia atau Kepulauan Melayu". Murid Earl, James Richardson Logan, menggunakan kata Indonesia

sebagai sinonim dari Kepulauan India. Namun, penulisan akademik Belanda di media Hindia Belanda tidak menggunakan kata Indonesia, tetapi istilah Kepulauan Melayu (*Maleische Archipel*); Hindia Timur Belanda *(Nederlandsch Oost Indië*), atau Hindia (*Indië*); Timur (*de Oost*); dan bahkan *Insulinde* (istilah ini diperkenalkan tahun 1860 dalam novel Max Havelaar (1859) yang ditulis oleh Multatuli mengenai kritik terhadap kolonialisme Belanda).

Sejak tahun 1900, nama Indonesia menjadi lebih umum pada lingkungan akademik di luar Belanda, dan golongan nasionalis Indonesia menggunakannya untuk ekspresi politik. Adolf Bastian dari Universitas Berlin memasyarakatkan nama ini melalui buku Indonesien oder die Inseln des Malayischen Archipels, 1884–1894. Pelajar Indonesia pertama yang menggunakannya ialah Suwardi Suryaningrat (Ki Hadjar Dewantara), ketika ia mendirikan kantor berita di Belanda yang bernama Indonesisch Pers Bureau pada tahun 1913.

Indonesia adalah adalah negara kepulauan di Asia Tenggara yang dilintasi garis khatulistiwa dan berada di antara daratan benua Asia dan Oseania, sehingga dikenal sebagai negara lintas benua, serta antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia atau lebih lengkapnya Negara Kesatuan Republik Indonesia, dengan bentuk pemerintahan republik berdasarkan konstitusi yang sah, yaitu Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945). Berdasarkan UUD 1945 pula, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Presiden dicalonkan lalu dipilih dalam pemilihan umum.

Indonesia merupakan negara terluas ke-15 sekaligus negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas wilayah sebesar 1.904.570 km², serta negara dengan pulau terbanyak ke-6 di dunia, dengan jumlah 17.504 pulau. sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang berada di Asia Tenggara, dan terletak di antara benua Asia dan benua Australia/Oseania, serta di antara

Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Negara ini memiliki 17.504 pulau yang menyebar di sekitar khatulistiwa; sebanyak 16.056 pulau telah dibakukan namanya, dan sekitar 6.000 pulau tidak berpenghuni. Pulau-pulau besar di Indonesia yaitu Sumatra, Jawa, Kalimantan (berbagi dengan Malaysia dan Brunei Darussalam), Sulawesi, dan Papua (berbagi dengan Papua Nugini).

Indonesia berada pada koordinat antara antara 6° 04' 30" LU dan 11° 00' 36" LS serta antar 94° 58' 21" dan 141° 01' 10" BT,[98] yang membentang sepanjang 5.120 kilometer (3.181 mil) dari timur ke barat serta 1.760 kilometer (1.094 mil) dari utara ke selatan. Luas daratan Indonesia adalah 1.916.906,77 km², sementara luas perairannya sekitar 3.110.000 km² dengan garis pantai sepanjang 108 ribu km. Batas wilayah Indonesia diukur dari kepulauan dengan menggunakan teritorial laut 12 mil laut serta zona ekonomi eksklusif 200 mil laut, searah penjuru mata angin, yaitu:

1. Utara: Malaysia dengan perbatasan sepanjang 1.782 km, Singapura, Filipina, dan Laut Tiongkok Selatan.
2. Timur: Papua Nugini dengan perbatasan sepanjang 820 km, Timor Leste, dan Samudra Pasifik.
3. Selatan: Australia, Timor Leste, dan Samudra Hindia.
4. Barat: Samudra Hindia.

Titik tertinggi di Indonesia yaitu Puncak Jaya (4.884 mdpl) di Provinsi Papua Tengah. Danau Toba di Sumatra Utara adalah danau terluas di Indonesia sekaligus danau kaldera terbesar di dunia, sedangkan sungai terpanjang di Indonesia yaitu Sungai Kapuas yang berada di Kalimantan Barat.

Nama alternatif yang dipakai untuk kepulauan Indonesia disebut Nusantara. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara berpenduduk terbanyak ke-4 di dunia dengan penduduk mencapai 274.790.244 jiwa pada tahun 2022, serta negara dengan penduduk beragama Islam terbanyak di dunia, dengan penganut lebih dari 238,875,159 jiwa atau sekitar 86,9%.

Indonesia adalah negara multiras, multietnis, dan multikultural di dunia, seperti halnya Amerika Serikat.

Indonesia berbatasan dengan negara-negara lain di wilayah Asia Tenggara dan Oseania. baik jalur darat maupun jalur laut. Di wilayah darat dengan Malaysia di Pulau Kalimantan dan Sebatik, dengan Papua Nugini di Pulau Papua, dan dengan Timor Leste di Pulau Timor. Negara yang hanya berbatasan laut dengan Indonesia adalah Singapura, Filipina, Australia, Thailand, Vietnam, Palau dan wilayah persatuan Kepulauan Andaman dan Nikobar, India.

Ibu kota Indonesia saat ini adalah Jakarta. Pada tanggal 18 Januari 2022, pemerintah Indonesia menetapkan Ibu Kota Nusantara yang berada di Pulau Kalimantan, yang menempati wilayah Kabupaten Penajam Paser Utara, untuk menggantikan Jakarta sebagai ibu kota yang baru. Hingga tahun 2023, proses peralihan ibu kota masih berlangsung.

Sejarah Indonesia banyak dipengaruhi oleh bangsa-bangsa pendatang dan penjajah. Kepulauan Indonesia menjadi wilayah perdagangan penting sejak abad ke-7, yaitu sejak berdirinya Sriwijaya, kerajaan bercorak Hinduisme-Buddhisme yang berpusat di Palembang. Kerajaan Sriwijaya menjalin hubungan agama dan perdagangan dengan bangsa Tionghoa, India, dan juga Arab. Agama dan kebudayaan Hinduisme-Buddhisme tumbuh, berkembang, dan berasimilasi di kepulauan Indonesia pada awal abad ke-4 hingga abad ke-13 Masehi. Setelah itu, para pedagang dan ulama dari Jazirah Arab yang membawa agama dan kebudayaan Islam sekitar abad ke-8 hingga abad ke-16. Pada akhir abad ke-15, bangsa-bangsa Eropa datang ke kepulauan Indonesia dan berperang untuk memonopoli perdagangan rempah-rempah di Maluku semasa Zaman Penjelajahan. Setelah berada di bawah kolonial Belanda, Indonesia yang saat itu bernama Hindia Belanda, memproklamasikan kemerdekaan di akhir Perang Dunia II, tepatnya pada tanggal 17 Agustus 1945. Selanjutnya, Indonesia mendapat berbagai tantangan dan

persoalan berat, mulai dari bencana alam, praktik korupsi yang masif, konflik sosial, gerakan separatisme, proses demokratisasi, dan periode pembangunan, perubahan dan perkembangan sosial–ekonomi–politik, serta modernisasi yang pesat.

Indonesia adalah negara yang sangat besar. Mulai dari jumlah penduduk, luas wilayah, sumber daya alam hingga seni budaya dan adat istiadatnya. Dilihat dari Jumlah penduduknya, penduduk Indonesia merupakan yang keempat terbesar di dunia, setelah Cina, India, dan Amerika.

Dari sekitar 250 juta penduduk Indonesia, itu terdapat perbedaan yang sangat mencolok dalam tata cara berbusana. Dari ujung paling barat Indonesia, yaitu provinsi Aceh, masyarakat disana, khususnya kaum perempuan terbiasa memakai hijab, sebagian diantaranya bahkan menggunakan cadar. Sementara di wilayah paling Timur, yaitu di Papua sebagian masyarakatnya masih mengenakan pakaian tradisional yang nyaris telanjang, dan hanya ditutup lembaran kain saja.

Indonesia (pengucapan bahasa Indonesia: [*in.ˈdo.nɛ.sja*]), dikenal dengan nama resmi Republik Indonesia atau lebih lengkapnya Negara Kesatuan Republik Indonesia, adalah negara kepulauan di Asia Tenggara yang dilintasi garis khatulistiwa dan berada di antara daratan benua Asia dan Oseania, sehingga dikenal sebagai negara lintas benua, serta antara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia.

Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa, bahasa, dan agama. Berdasarkan rumpun bangsa, Indonesia terdiri atas bangsa asli pribumi yakni Austronesia dan Melanesia di mana bangsa Austronesia yang terbesar jumlahnya dan lebih banyak mendiami Indonesia bagian barat. Dengan suku Jawa dan Sunda membentuk kelompok suku bangsa terbesar dengan persentase mencapai 57% dari seluruh penduduk Indonesia. Semboyan nasional Indonesia, "Bhinneka Tunggal Ika" (Berbeda-beda tetapi tetap satu), bermakna keberagaman sosial-budaya yang membentuk satu kesatuan negara. Selain memiliki penduduk

yang padat dan wilayah yang luas, Indonesia memiliki alam yang mendukung tingkat keanekaragaman hayati terbesar ke-2 di dunia.

Indonesia merupakan anggota dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN), Gerakan Non-Blok (GNB), Konferensi Asia–Afrika (KAA), Kerja Sama Ekonomi Asia Pasifik (APEC), Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), dan G20.

Indonesia merupakan negara terluas ke-15 sekaligus negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas wilayah sebesar 1.904.570 km², serta negara dengan pulau terbanyak ke-6 di dunia, dengan jumlah 17.504 pulau. Nama alternatif yang dipakai untuk kepulauan Indonesia disebut Nusantara. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara berpenduduk terbanyak ke-4 di dunia dengan penduduk mencapai 274.790.244 jiwa pada tahun 2022, serta negara dengan penduduk beragama Islam terbanyak di dunia, dengan penganut lebih dari 238,875,159 jiwa atau sekitar 86,9%. Indonesia adalah negara multiras, multietnis, dan multikultural di dunia, seperti halnya Amerika Serikat

Indonesia berbatasan dengan sejumlah negara di Asia Tenggara dan Oseania. Indonesia berbatasan di wilayah darat dengan Malaysia di Pulau Kalimantan dan Sebatik, dengan Papua Nugini di Pulau Papua, dan dengan Timor Leste di Pulau Timor. Negara yang hanya berbatasan laut dengan Indonesia adalah Singapura, Filipina, Australia, Thailand, Vietnam, Palau dan wilayah persatuan Kepulauan Andaman dan Nikobar, India.

Indonesia adalah negara kesatuan dengan bentuk pemerintahan republik berdasarkan konstitusi yang sah, yaitu Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945).[23] Berdasarkan UUD 1945 pula, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Daerah (DPD), dan Presiden dicalonkan lalu dipilih dalam pemilihan umum.

Ibu kota Indonesia saat ini adalah Jakarta. Pada tanggal 18 Januari 2022, pemerintah Indonesia menetapkan Ibu Kota Nusantara yang berada di Pulau Kalimantan, yang menempati wilayah Kabupaten Penajam Paser Utara, untuk menggantikan Jakarta sebagai ibu kota yang baru. Hingga tahun 2022, proses peralihan ibu kota masih berlangsung.

Sejarah Indonesia banyak dipengaruhi oleh bangsa-bangsa pendatang dan penjajah. Kepulauan Indonesia menjadi wilayah perdagangan penting sejak abad ke-7, yaitu sejak berdirinya Sriwijaya, kerajaan bercorak Hinduisme-Buddhisme yang berpusat di Palembang. Kerajaan Sriwijaya menjalin hubungan agama dan perdagangan dengan bangsa Tionghoa, India, dan juga Arab. Agama dan kebudayaan Hinduisme-Buddhisme tumbuh, berkembang, dan berasimilasi di kepulauan Indonesia pada awal abad ke-4 hingga abad ke-13 Masehi. Setelah itu, para pedagang dan ulama dari Jazirah Arab yang membawa agama dan kebudayaan Islam sekitar abad ke-8 hingga abad ke-16. Pada akhir abad ke-15, bangsa-bangsa Eropa datang ke kepulauan Indonesia dan berperang untuk memonopoli perdagangan rempah-rempah di Maluku semasa Zaman Penjelajahan. Setelah berada di bawah kolonial Belanda, Indonesia yang saat itu bernama Hindia Belanda, memproklamasikan kemerdekaan di akhir Perang Dunia II, tepatnya pada tanggal 17 Agustus 1945. Selanjutnya, Indonesia mendapat berbagai tantangan dan persoalan berat, mulai dari bencana alam, praktik korupsi yang masif, konflik sosial, gerakan separatisme, proses demokratisasi, dan periode pembangunan, perubahan dan perkembangan sosial–ekonomi–politik, serta modernisasi yang pesat.

Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa, bahasa, dan agama. Berdasarkan rumpun bangsa, Indonesia terdiri atas bangsa asli pribumi yakni Austronesia dan Melanesia di mana bangsa Austronesia yang terbesar jumlahnya dan lebih banyak mendiami Indonesia bagian barat. Dengan suku Jawa dan Sunda membentuk kelompok suku bangsa terbesar dengan persentase

mencapai 57% dari seluruh penduduk Indonesia. Semboyan nasional Indonesia, "Bhinneka Tunggal Ika" (Berbeda-beda tetapi tetap satu), bermakna keberagaman sosial-budaya yang membentuk satu kesatuan negara. Selain memiliki penduduk yang padat dan wilayah yang luas, Indonesia memiliki alam yang mendukung tingkat keanekaragaman hayati terbesar ke-2 di dunia. Indonesia merupakan anggota dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN), Gerakan Non-Blok (GNB), Konferensi Asia–Afrika (KAA), Kerja Sama Ekonomi Asia Pasifik (APEC), Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), dan G20.

Bila merujuk pada sejarah, kata "Indonesia" berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *Indus* yang merujuk kepada Sungai Indus di India dan *nesos* yang berarti "pulau". Jadi, kata Indonesia berarti wilayah "kepulauan India", atau kepulauan yang berada di wilayah Hindia; ini merujuk kepada persamaan antara dua bangsa tersebut (India dan Indonesia). Pada tahun 1850, George Windsor Earl, seorang etnolog berkebangsaan Inggris, awalnya mengusulkan istilah Indunesia dan Malayunesia untuk penduduk "Kepulauan Hindia atau Kepulauan Melayu". Murid Earl, James Richardson Logan, menggunakan kata Indonesia sebagai sinonim dari Kepulauan India. Namun, penulisan akademik Belanda di media Hindia Belanda tidak menggunakan kata Indonesia, tetapi istilah Kepulauan Melayu (Maleische Archipel); Hindia Timur Belanda (Nederlandsch Oost Indië), atau Hindia (Indië); Timur (de Oost); dan bahkan Insulinde (istilah ini diperkenalkan tahun 1860 dalam novel Max Havelaar (1859) yang ditulis oleh Multatuli mengenai kritik terhadap kolonialisme Belanda).

Sejak tahun 1900, nama Indonesia menjadi lebih umum pada lingkungan akademik di luar Belanda, dan golongan nasionalis Indonesia menggunakannya untuk ekspresi politik. Adolf Bastian dari Universitas Berlin memasyarakatkan nama ini melalui buku Indonesien oder die Inseln des Malayischen

Archipels, 1884–1894. Pelajar Indonesia pertama yang menggunakannya ialah Suwardi Suryaningrat (Ki Hadjar Dewantara), ketika ia mendirikan kantor berita di Belanda yang bernama Indonesisch Pers Bureau pada tahun 1913.

C. Masyarakat Indonesia

Masyarakat adalah sekumpulan manusia yang saling "bergaul", atau dengan istilah ilmiah, saling "berinteraksi". Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana agar warganya dapat saling berinteraksi. Negara modern misalnya, merupakan kesatuan manusia dengan berbagai macam prasarana, yang memungkinkan para warganya untuk berinteraksi secara intensif, dan dengan frekuensi yang tinggi. Suatu negara modern mempunyai suatu jaringan komunikasi berupa jaringan jalan raya, jaringan jalan kereta api, jaringan perhubungan udara, jaringan telekomunikasi, sistem radio dan televisi, berbagai macam surat kabar di tingkat nasional, suatu sistem upacara pada hari-hari raya nasional dan sebagainya. Negara dengan wilayah geografis yang lebih kecil berpotensi untuk berinteraksi secara intensif daripada negara dengan wilayah geografis yang sangat luas. Tambahan pula bila negara tersebut berupa kepulauan, seperti halnya negara kita.

Bila melihat demikian, masyarakat Indonesia adalah orang-orang yang hidup di Indonesia, bahkan di luar Indonesia, yang beridentitas warga negara Indonesia. Dengan beragam ras, suku, bahasa dan budaya, juga agama, yang hidup tersebar di wilayah territorial Indonesia. Keragaman yang ada disebabkan oleh:

1. Letak Indonesia yang dikelilingi oleh benua dan negara yang memiliki corak budaya yang beragam.
2. Kondisi alam di Indonesia yang cukup beragam, berpengaruh pada nilai nilai adat, budaya dan kehidupan masing masing anggota masyarakat Indonesia.

3. Indonesia dengan pulau yang mencapai belasan ribu, menciptakan perbedaan perbedaan yang berimbas pada keberagaman.
4. Indonesia yang memiliki sejarah panjang dengan kerajaan yang berdiri di Indonesia dan penjajahan yang terjadi di tanah air menciptakan akulturasi serta penetrasi kebudayaan di Indonesia.
5. Indonesia sebagai negara yang dipengaruhi oleh kehidupan beragama, menciptakan kondisi perbedaan dalam nilai adat istiadat, budaya dan cara pandang.

Keberagaman yang hidup dan tinggal di masyarakat adalah hal yang mutlak dan tidak dapat dihindarkan, selagi individu menjadi anggota dari sebuah masyarakat. Sesuai semboyang Bhineka Tunggal Ika, maka meskipun memiliki keragaman budaya, Indonesia tetap satu. Keragaman yang ada di Indonesia adalah kekayaan dan keindahan bangsa Indonesia. Untuk itu pemerintah akan terus mendorong keberagaman tersebut menjadi suatu kekuatan untuk bisa mewujudkan persatuan dan kesatuan nasional menuju indonesia yang lebih baik.

Penyebutan untuk penduduk Indonesia adalah orang Indonesia tanpa memandang latar belakang ras, etnis ataupun agama. Indonesia merupakan negara kepulauan multikultural dengan beragam etnis yang memiliki berbagai bahasa, budaya, dan kepercayaan. Kelompok etnis asli orang Indonesia mayoritas merupakan Orang Jawa dengan persentase terbesar yaitu 40,06%, diikuti dengan etnis Sunda (15,51%), suku Melayu (secara khusus) dengan persentase 3,70%, Batak (3,58%), Madura (3,03%), Minangkabau (2,73%), dan kelompok etnis minoritas lainnya yang membentuk sekitar 31,39% dari populasi kelompok etnis "asli" di Indonesia. Sebagian besar kelompok etnis di Indonesia termasuk dalam ras keluarga rumpun Melayu Austronesia, namun terdapat juga minoritas ras Melanesia seperti Orang Asli Papua, sisanya merupakan keturunan

Tionghoa, Tamil, Punjabi, Arab,dan sebagian dari etnis Kaukasoid yang telah sejak lama lahir dan berketurunan di wilayah Indonesia.

Jumlah populasi di Indonesia menurut sensus nasional tahun 2010 adalah 237,64 juta jiwa, dan 10 tahun kemudian bertambah 32.50 juta saat di lakukan sensus penduduk tahun 2020 yaitu 270.20 juta 51% populasi tinggal di pulau Jawa, pulau terpadat di dunia. Sekitar 95% orang Indonesia adalah Pribumi sedangkan 5% sisanya adalah orang Indonesia keturunan negara asing, seperti Keturunan Arab, Keturunan Tionghoa, Keturunan India dan lainnya.

Ada lebih dari 300 kelompok etnis di Indonesia. 95% dari mereka adalah penduduk asli Indonesia (Pribumi), sementara sisanya terbentuk dari pendatang. Indonesia adalah gabungan suku suku yang ada di Nusantara termasuk didalamnya suku Tionghoa.

Kelompok etnis terbesar di Indonesia adalah suku Jawa yang mana membentuk hampir 40,22% dari total populasi Indonesia. Suku Jawa terkonsentrasi di Pulau Jawa tetapi tidak sedikit pula yang telah bermigrasi ke luar daerah Pulau Jawa di seluruh Nusantara melalui program transmigrasi. Suku Sunda, Melayu, dan Madura merupakan kelompok terbesar berikutnya di Indonesia. Banyak kelompok etnis, khususnya di Kalimantan dan Papua, yang mana hanya memiliki ratusan anggota saja. Sebagian besar bahasa lokal (bahasa daerah) berasal dari rumpun bahasa Austronesia, meski demikian jumlahnya telah signifikan, khususnya Kepulauan Maluku dan Papua Barat termasuk dalam bahasa Papua. Penduduk Tionghoa membentuk sedikitnya kurang dari 1% dari total penduduk Indonesia menurut sensus tahun 2000. Beberapa orang Indonesia keturunan Tionghoa ini berbicara dengan menggunakan berbagai dialek Cina, terutama Hokkien, Hakka dan Mandarin. Etnis keturunan lainnya, yakni etnis Arab dan India. Orang Indonesia keturunan Arab berbicara dengan

menggunakan dialek Arab. Sedangkan orang Indonesia keturunan India tentu menggunakan dialek mereka masing-masing, terutama Tamil dan Punjab.

Klasifikasi kelompok etnis di Indonesia tidaklah kaku dan dalam beberapa kasus tidak jelas karena perihal migrasi, pengaruh budaya, dan bahasa; misalnya beberapa orang menganggap suku Osing dan suku Cirebon sebagai anggota suku Jawa atau serumpun dengannya, namun beberapa orang yang lain berpendapat bahwa mereka adalah kelompok etnis yang benar-benar berbeda disebabkan dialek yang berbeda antara bahasa Osing dan Cirebon dengan dialek Jawa. Kasus ini sama dengan kasus suku Baduy yang sebenarnya merupakan sub-etnis dari suku Sunda. Salah satu etnis hibrida (campuran) adalah suku Betawi, tidak hanya berasal dari perkawinan antar-pribumi, tetapi juga dengan pendatang asing seperti suku Arab, Tionghoa, dan India sejak masa Batavia kolonial.

Orang Indonesia adalah masyarakat Indonesia yang diwarnai oleh berbagai macam perbedaan sebagai akibat dari kondisi kewilayahan, suku bangsa, budaya, agama dan adat istiadat. Perbedaan dalam masyarakat merupakan keberagaman Indonesia yang dapat dirangkai dalam bingkai Bhinneka Tunggal Ika. Semboyan Bhinneka Tunggal Ika tertulis pada lambang negara Indonesia yaitu Garuda Pancasila. Semboyan Bhinneka Tunggal Ika berarti berbeda-beda tetapi tetap satu. Makna Bhinneka Tunggal Ika adalah meskipun berbeda-beda tetapi pada hakikatnya bangsa Indonesia tetap satu kesatuan. Semboyan ini menggambarkan persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia yang memiliki keberagaman suku bangsa, budaya, bahasa daerah, agama dan kepercayaan, ras maupun antargolongan.

BAB IX
KONSEP JURNALISTIK DAKWAH DALAM PERSEPSI ISLAM

A. Jurnalistik Islami Rintisan Nabi Muhammad SAW

1. Kemajuan Islam Diantar Oleh Jurnalis-Jurnalis Islami

Banyak penulis-penulis sejarah menuliskan bahwa Nabi Muhammad SAW *ummi* (buta huruf tidak bisa membaca dan menulis), namun dibalik *ummi* Rasulullah, beliau menyuruh sahabat-sahabatnya untuk menuliskan AlQuran dan Hadis Nabi Muhammad SAW.

Apabila dikilas balik masa masyarakat Arab, yang hidup pada masa turunya AlQuran, adalah masyarakat yang tidak mengenal bacatulis. Karena itu, satu-satunya andalan mereka adalah hafalan. Dalam hal hafalan, orang Arab memang dikenal kuat. Bahkan di masa tersebut, Rasulullah menyuruh kepada kaum muslim untuk memperbanyak membaca dan mempelajari AlQuran, dan kita tahu bahwa AlQuran diturunkan tidak melalui tulisan namun firman Allah SWT yang disampaikan melalui malaikat jibril. Namun setelah itu terjadilah penulisan di berbagai benda. Nabi Muhammad SAW pula sangat mendorong kepada para sahabatnya untuk selalu bersikap teliti dan hati-hati dalam menyampaikan berita lebihlebih kalau berita tersebut merupakan firman Allah SWT dan sabda Rasul-Nya, dalam AlQuran disebutkan,

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan),

yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (QS. Al-Hujurat/49: 6).

Meski Nabi Muhammad SAW dan para sahabat menghafal ayat-ayat AlQuran, namun untuk menjamin terpeliharanya wahyu-wahyu Ilahi tersebut beliau tidak hanya mengandalkan hafalan, tetapi juga tulisan.

Sejarah menginformasikan bahwa setiap ada ayat yang turun, Nabi Muhammad memanggil sahabat-sahabat yang dikenal pandai menulis, untuk menuliskan ayat-ayat yang baru saja diterimanya, sambal menyampaikan tempat dan urutan setiap ayat dalam surahnya. Ayat-ayat tersebut mereka tulis dalam pelepah kurma, batu, kulit-kulit atau tulang –tulang binatang. Sebagian sahabat ada juga yang menuliskan ayat-ayat tersebut secara pribadi, namun karena keterbatan alat tulis dan kemampuan maka tidak banyak yang melakukannya di samping kemungkinan besar tidak mencakup seluruh ayat AlQuran. Kepingan naskah tulisan yang diperintahkan oleh Nabi Muhammad SAW tersebut baru dihimpun dalam bentuk "kitab" pada masa pemerintahan Khalifah Abu Bakar ra.

Dalam peperangan Yamamah, terdapat puluhan penghafal AlQuran yang gugur. Hal ini menjadikan Khalifah Umar ibn Al Khattab menjadi risau tentang masa depan AlQuran. Karena itu, beliau mengusulkan kepada Khalifah Abu Bakar agar mengumpulkan tulisan-tulisan yang pernah ditulis pada masa Rasulullah. Walaupun pada mulanya Abu Bakar ragu menerima usul tersebut, dengan alasan bahwa pengumpulan semacam itu tidak dilakukan oleh Rasulullah. Namun pada akhirnya suatu tim yang diketuai oleh Zaid bin Tsabit dalam rangka melaksanakan tugas suci dan besar itu. Zaid pun pada mulanya merasa sangat berat untuk menerima tugas tersebut, tetapi akhirnya ia dapat diyakinkan, apalagi beliau termasuk salah seorang yang ditugaskan oleh Nabi Muhammad SAW pada masa hidup beliau untuk menuliskan wahyu AlQuran. Dengan dibantu sahabat Nabi, Zaid pun

memulai tugasnya. Abu Bakar ra memerintahkan kepada seluruh kaum muslim untuk membawa naskah tulisan ayat AlQuran yang mereka miliki ke Masjid Nabawi, untuk kemudian diteliti oleh Zaid dan timnya.

Sejarah telah mengungkapkan kepada kita, bahwa perkembangan dan kecermelangan ajaran Islam menerobos zaman dan abad serta melewati negeri-negeri dan benua, berkat keja keras berangkai dan berantai dari para jurnalis-jurnalis Islam. Otak dan saraf mereka yang disinari taufik dan hidayah Allah mendorong tangan mereka menarikan penanya di atas kertas. Seni dan kemahiran mereka diabadikan dalam perbagai karya jurnalistik yang berhasil membawa ajaran islam kejenjang kemajuan dan kemasyhuran dalam berbagai disiplin ilmu pengetahuan. seperti, filsafat, hukum, astronomi, sosiologi dan lain lain.

Rata rata para imam mujtahid seperti Syafi'i . Maliki, Ahmad bin Hambal, Hanafi dan Abu Daud adalah jurnalis-jurnalis Islam yang telah melaksanakan tugas-tugas jurnalis dalam berbagai kitab-kitab karangannya yang tebal. Hasil buah tangan merekalah yang di "minum" dan di "nikmati" oleh umat Islam dalam bidang hukum fiqh Islam dewasa ini. Di bidang filsafat kita kenal jurnalis-jurnalis Islam Al-Kindi, A-Farabi, Al-Ghazali, Ibnu Sina, Ibnu Rusyd, Jamaluddin Al-Afghani, Muhammad Abduh, Muhammad Rasyid Ridha dan lain lain sebagai penulis besar yang populer.

Islam dikagumi di dunia Barat dalam bidang ilmu kedokteran, berkat lahirnya jurnalis Islam yang bernama Ibnu Sina dengan karangannya yang berjudul *"Alqanun Fit-Thib"* (peraturan peraturan kedokteran) yang dianggap orang sebagai perbendaharaan dalam ilmu kedokteran. Demikian juga dalam ilmu astronomi dikenal dengan nama Al-Bitani, Al-Biruni. Hal ini membuktikan bahwa sejarah perkembangan Islam selalu dikawal oleh kegiatan jutnalistik sebagai media komunikasi, mempermaklumkan ajaran-ajaran Allah dan RasulNya.

Pertumbuhan Islam selalu didampingi dengan kegiatan tulis-menulis, karang-mengarang yang dilakukan oleh jurnalis-jurnalis Islam dalam bidang dan bakatnya masing-masing seperti: sejarah, kebudayaan, sastra, hukum, tehnik, kedokteran, filsafat, tafsir, hadis dan lain lainnya.

Nama nama jurnalis muslim itu cukup banyak yang sangat berjasa besar berpartisipasi dakwah, mengadakan komunikasi, memperkenalkan wajah ilahi dan meninggikan syiar islam ke seluruh penjuru dunia. Sungguh, telah dicapai kemajuan yang pesat dalam berbagai media masa, seperti, radio, film, televisi, internet, namun pers dan jurnalistik masih tetap aktual. Modernisasi percetakan yang kian maju, membuat manusia lebih meningkatkan aktifitasnya di bidang pers.

Di dalam kemajuan yang seperti ini, kita harus menyesuaikan diri dan mengambil peranan aktif di bidang pers dan jurnalistik. Namun ingatlah, ketika menulis dan mencari berita ingat kepada Nabi Muhammad SAW selaku perintis dunia jurnalistik. Gelanggang dakwah mencatat jurnalis-jurnalis atau pengarang pengarang Islam memegang peranan aktif di dalam media komunikasi modern, kalau tidak dakwah Islam akan ketinggalan jauh dibandingkan dengan misi-misi dan propaganda propaganda agama-agama lain.

Kita mengakui terus terang, bahwa umat Islam kekurangan dalam segi daya dan dana, terutama dalam memiliki mesin-mesin cetak yang terbaru. Tetapi walau bagaimanapun pengarang-pengarang Islam harus diberi jalan dan kesempatan untuk melahirkan dakwah mereka lewat media risalah surat kabar, majalah dan buku-buku. Hal ini dapat tercapai jika sekelompok umat rela berkorban dari segi materiil membantu penerbitan risala- risalah. Mungkin cukup banyak mubaligh-mubaligh dan cendikiawan Islam yang dapat mengarang, namun karangan mereka belum tentu tersalur, karena terbentur kepada kesulitan logistik.

2. Surat Rasulullah SAW Kepada Raja Hercules

Kisah yang cukup terkenal adalah perutusan dalam hal ini surat Rasulullah SAW kepada satu kerajaan besar pada zaman Rasulullah SAW yaitu kerajaan Roma di bawah pemerintahan rajanya bernama Hercules.

Pada masa awal setelah diangkat sebagai utusan Allah, Nabi Muhammad SAW membangun komunikasi dengan para pemimpin suku dan pemimpin negara lain. Beliau mengirim utusan yang membawa surat ajakan masuk Islam. Korespondensi melalui surat itu tujukan kepada Heraclius, Kisra, Muqauqis di Mesir, Harits Al-Ghassani (Raja Hira), Hercules di Bizantium, Harits Al-Himyari (Raja Yaman) dan kepada Najasi, penguasa Abesinia (Ethiopia). Surat Rasulullah itu antara lain berbunyi, "Saya mengajak tuan memperkenankan panggilan Allah, peluklah Islam supaya tuan selamat". Surat-surat tersebut selalu diakhiri sebuah stempel dari perak yang dicetak dengan tiga baris tulisan: Baris pertama: Allah; baris kedua: Rasul; dan baris ketiga: Muhammad. Lalu Beliau memilih beberapa orang sahabat yang berpengalaman sebagai kurir untuk menemui raja-raja tersebut. Dalam sepanjang hidupnya, Rasulullah Saw 'menulis risalahnya sebanyak 43 buah surat.

Berdakwah memang memiliki banyak cara. Secara garis besar ada dua jenis dakwah; ada yang disebut dengan dakwah kultural, meliputi lewat sosial, medsos, dan budaya. Kemudian dakwah struktural; yakni berdakwah lewat jalur kekuasaan dan birokrasi.

Seiring dengan perkembangan zaman, kini metode berdakwah tidak lagi hanya dalam diskusi atau membuka forum tertentu saja. Tetapi, dakwah juga dilakukan dengan cara yang lebih modern dalam artian tidak hanya melalui percakapan dalam forum diskusi melainkan memanfaatkan adanya teknologi melalui media massa khususnya media jurnalistik, seperti buku-buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah-kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk dan

lain-lain yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif.

Keuntungan lain dari dakwah model ini tidak menjadi musnah meskipun sang dai, atau penulisnya sudah wafat. Menyangkut dakwah bi al-qalam ini Ali bin Abi Thalib mengungkap sebuah pameo klasik, "Tulisan adalah tamannya para ulama". Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada". Secara langsung memang tidak ditemui dalam AlQuran anjuran menggunakan media tulisan sebagai alat dakwah, tetapi secara tersirat dapat dipahami dari satu surat yang terdapat dalam Al-Quran, yaitu surat Al-Qalam. Dalam surat tersebut dinyatakan bahwa Allah SWT bersumpah dengan huruf *nun*, sebagai isyarat terpenting tentang peran huruf, pena dan tulisan dalam pelaksanaan dakwah Islamiyah. Hal ini dapat lebih dipahami dengan menelaah surat Al-Qalam ayat 1.

نٓ وَٱلۡقَلَمِ وَمَا يَسۡطُرُونَ

Nun. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan, (QS. Al-Qalam/68: 1).

Ini menunjukkan bahwa Rasulullah SAW selain melaksanakan metode lisan juga dengan jurnalistik dakwah melalui tulisan (surat).

Heraklius1 (Flavius Heraklius Augustus (11 Februari 641)) adalah salah seorang dari pada maharaja Roma, yang memerintah kerajaan Byzantin semasa era Nabi SAW. Kisah kekagumannya kepada Nabi SAW tercatat di dalam sebuah hadis shahih riwayat Bukhari no.6, Kitab Permulaan Wahyu, di mana beliau berkata "*…Sungguh dia akan menguasai tanah yang sekarang berada di bawah kedua telapak kakiku ini dan seandainya aku ada harapan untuk menjumpainya, pasti aku mengharuskan diriku untuk menemuinya. Dan seandainya aku sudah berada di hadapannya pasti aku akan basuh kedua telapak kakinya…"* (Bukhari 2723).

Walaupun beliau mengakui kerasulan Baginda SAW, namun tidak ada bukti sejarah yang menyatakan beliau beriman.

Pada penghujung usia Nabi SAW., Baginda mengutus Usamah untuk memerangi tentara Roma dan demikian juga pasca era Khulafa' arrasydin, tercetus perang Dzat al-Shawari pada tahun 31 atau 34 Hijriah. Ini menunjukkan kerajaan Roma masih belum tunduk seluruhnya kepada kekuasaan Islam.

Nabi SAW. telah mengajarkan kita sebuah kaedah yang terkandung di dalamnya muatan-muatan dakwah kepada cucu cicit Heraklius. Berisi dialog antara Abu Sufyan dengan Kaisar Heraklius yang menanyakan perihal Nabi Muhammad SAW berkaitan dengan diterimanya sepucuk Surat dari Nabi Muhammad SAW: Saat singgah di Iliya' mereka menemui Heraclius atas undangan Heraclius untuk di diajak dialog di majelisnya, yang saat itu Heraclius bersama dengan para pembesar-pembesar Negeri Romawi. Heraclius berbicara dengan mereka melalui penerjemah. Heraclius berkata; "*Siapa diantara kalian yang paling dekat hubungan keluarganya dengan orang yang mengaku sebagai Nabi itu?*." Abu Sufyan berkata; "*maka aku menjawab; "Akulah yang paling dekat hubungan kekeluargaannya dengan dia"*. Heraclius berkata; "*Dekatkanlah dia denganku dan juga sahabat-sahabatnya."* Maka mereka meletakkan orang-orang Quraisy berada di belakang Abu Sufyan. Lalu Heraclius berkata melalui penerjemahnya: "*Katakan kepadanya, bahwa aku bertanya kepadanya tentang lelaki yang mengaku sebagai Nabi. Jika ia berdusta kepadaku maka kalian harus mendustakannya." "Demi Allah, kalau bukan rasa malu akibat tudingan pendusta yang akan mereka lontarkan kepadaku niscaya aku berdusta kepadanya."*

Kemudian Heraclius meminta surat Rasulullah SAW yang dibawa oleh Dihyah untuk para Penguasa Negeri Bashrah, Maka diberikannya surat itu kepada Heraclius, maka dibacanya dan isinya berbunyi: *"Bismillahir rahmanir rahim. Dari Muhammad, hamba Allah dan Rasul-Nya untuk Heraclius. Penguasa Romawi, Keselamatan bagi siapa yang mengikuti petunjuk. Kemudian daripada*

itu, aku mengajakmu dengan seruan Islam; masuk Islamlah kamu, maka kamu akan selamat, Allah akan memberi pahala kepadamu dua kali. Namun jika kamu berpaling, maka kamu menanggung dosa rakyat kamu, dan: Hai ahli kitab, marilah (berpegang) kepada suatu kalimat (ketetapan) yang tidak ada perselisihan antara kami dan kamu, bahwa tidak kita sembah kecuali Allah dan tidak kita persekutukan dia dengan sesuatupun dan tidak (pula) sebagian kita menjadikan sebagian yang lain sebagai Rabb selain Allah". Jika mereka berpaling, maka katakanlah kepada mereka: "Saksikanlah, bahwa kami adalah orang-orang yang berserah diri (kepada Allah)."

Rasulullah SAW telah memilih Sayyidina Dehya' al-Qalbi sebagai utusan kepada Hercules (Hercules), Kaisar atau Raja Roma. Pusat pemerintahan kerajaan Roma adalah di Kostantinopel, Turki. Selain dari Eropah, kerajaan Roma juga menguasai negara Syam dan Mesir. Roma telah menang terhadap Parsi dalam peperangan besar terakhir di antara mereka. Dua kerajaan ini adalah dua emperior yang menguasai dunia ketika itu. Beberapa tahun sebelum itu, Roma telah dikalahkan oleh Parsi. Selepas kekalahan itu, Hercules telah bernazar akan berjalan kaki untuk melakukan ibadah haji sekiranya Roma dapat mengalahkan Parsi. Dia berazam akan berjalan kaki dari Kostantinopel ke Baitul- Maqdis. Setelah Roma menang pada kali ini, Hercules ingin menunaikan nazarnya.

3. Wartawan Muslim, Pelanjut Risalah Nabi

Posisi wartawan Muslim sebagai pelanjut risalah Nabi dipandang sebagai sebuah kajian yang penting di era informasi saat ini. Hal itu didasari sebuah pandangan bahwa wartawan Muslim adalah salah seorang guru masyarakat informasi. Apa yang lahir dari tangan mereka kemudian menjadi pelajaran yang diserap oleh masyarakat melalui media massa. Oleh karena posisinya yang sangat penting dalam masyarakat, maka wartawan Muslim bisa menjadi penyebar kebajikan di tengah masyarakat melalui media massanya. Itu dengan catatan apabila dia bekerja secara ideal sesuai dengan norma yang berlaku

dalam profesinya. Pada perpektif kajian dalam makalah ini wartawan disetarakan posisinya dengan para *da'i.*

Dalam konteks pendidikan jurnalisme, wartawan Muslim dilihat sebagai sosok juru dakwah (*da'i*) di bidang pers, yakni mengemban *da'wah bi al-qalam*. Ia menjadi khalifah (wakil) Allah di dunia media massa dengan memperjuangkan tegaknya nilai-nilai, norma, etika, dan syariat Islam. Ia memiliki tanggung jawab profetik Islam; mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan. Jurnalis Muslim tidak boleh tinggal diam begitu saja jika melihat ada kemunkaran dalam dunia yang digelutinya, misalnya menyaksikan pencitraan negatif tentang Islam atau ada rekayasa yang memojokkan Islam dan umatnya di media massa, maka jurnalis Muslim seketika itu langsung membela dan meluruskan sesuai dengan fakta sebenarnya. Ia sangat kritis terhadap lingkungan luar dan sanggup menyaring informasi Barat yang kadang menanam bias kejahatan terhadap Islam.

Sebagai wartawan Muslim, tanggung jawab moral yang diambilnya sangatlah besar. Setiap langkah, setiap tulisan yang akan diluncurkan mempunyai *misi amar ma'ruf nahi munkar*, dalam pengertian yang seluas-luasnya. Inilah yang membedakan antara wartawan sekuler yang menganut asas bebas nilai dengan wartawan Muslim yang berasas tidak bebas nilai. Adapun nilai-nilai yang diperjuangkan adalah nilai-nilai Islami yang bermuara pada keselamatan, keamanan dan kesejahteraan alam serta seisinya. Penyematan lain dari wartawan Muslim adalah penyuara kebenaran. Mereka adalah manusia bermoral tinggi, dan tahan sogokan. Dengan demikian motivasi bekerja seorang wartawan bukanlah karena imbalan semata. Dibayar atau tidak kalau itu merupakan panggilan hati nurani, ia akan melakukannya. Panggilan profesionalisme itulah yang membedakan antara wartawan tukang yang menulis sesuai dengan keinginan sumber berita atau keinginan perusahaan dengan wartawan profesional yang tetap komitmen

atas idealisme. Wartawan yang terakhir inilah mampu menggurat pena dengan mesiu kesadaran diri yang memantik kesadaran publik.

Para wartawan Muslim yang disebut juga sebagai penyambung lidah ajaran Islam dituntut untuk memiliki sifat-sifat kenabian yakni *shidiq*, amanah, *tabligh*, *fathonah*. Setidaknya ada lima peran media dakwah, yaitu:

a. Sebagai Pendidik (*Muaddib*), yaitu melaksanakan fungsi edukasi yang Islami.
b. Sebagai Pelurus Informasi (*Musaddid*). Setidaknya ada tiga hal yang harus diluruskan oleh para jurnalis Muslim. Pertama, informasi tentang ajaran dan umat Islam. Kedua, informasi tentang karya-karya atau prestasi umat Islam. Ketiga, lebih dari itu jurnalis Muslim dituntut mampu menggali – melakukan *investigative reporting*– tentang kondisi umat Islam di berbagai penjuru dunia.
c. Sebagai Pembaharu (*Mujaddid*), yakni penyebar paham pembaharuan akan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam (reformisme Islam).
d. Sebagai Pemersatu (*Muwahid*), yaitu harus mampu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam.
e. Sebagai Pejuang (*Mujahid*), yaitu pejuang-pembela Islam.

Menulis dalam Islam merupakan suatu kewajiban setelah perintah untuk membaca (belajar, meneliti dan menelaah). Menulis berarti menyimpan apa yang telah dibaca dalam sebuah media yang bisa diakses oleh siapa saja. Dalam perkembangannya, menulis memiliki peran yang sangat *urgent* dalam sejarah kejayaan umat Islam beberapa abad silam. Mayoritas ulama terdahulu yang menjadi arsitek kejayaan Islam masa lalu adalah para penulis ulung yang telah menghasilkan berbagai buah karya mereka yang sampai saat ini masih menjadi rujukan umat Islam sedunia dalam berbagai disiplin keilmuan. Bahkan, Eropa yang kemajuannya

hari ini telah jauh meninggalkan dunia Islam ternyata pernah mengekor pada kemajuan umat Islam masa silam. Dan berbagai kemunduran umat Islam dewasa ini bisa dipastikan karena tradisi membaca dan menulis yang pernah dipopulerkan oleh para ulama masa lalu telah ditinggalkan.

Rasulullah menyuruh kepada kaum muslim untuk memperbanyak membaca dan mempelajari Al Qur'an, dan kita tahu bahwa AlQuran diturunkan tidak melalui tulisan namun firman Allah SWT yang disampaikan melalui malaikat jibril. Namun
setelah itu terjadilah penulisan di berbagai benda. Nabi Muhammad SAW pula sangat mendorong kepada para sahabatnya untuk selalu bersikap teliti dan hati-hati dalam menyampaikan berita, apalagi jika berita tersebut merupakan firman-firman Allah SWT dan sabda Rasul-Nya.

B. Jurnalis Sebagai Dai

1. Fungsi Jurnalis dalam Pemberitaan

Produksi berita berhubungan dengan bagaimana rutinitas yang terjadi dalam ruang pemberitaan yang menentukan bagaimana wartawan didikte (dikontrol) untuk memberitakan peristiwa dalam perspektif tertentu. Selain praktik organisasi dan ideologi professional tersebut ada satu aspek lain yang sangat penting yang berhubungan dengan bagaimana peristiwa ditempatkan dalam keseluruhan produksi teks, yakni bagaimana berita itu bisa bermakna dan berarti bagi khalayak. Stuart Hall seperti yang dikutip oleh Eriyanto menyebut aspek ini sebagai konstruksi berita.

Aspek konstruksi berhubungan dengan wartawan/media menampilkan peristiwa tersebut sehingga relevan bagi khalayak. Sebuah peristiwa, menurut Hall (dkk) hanya akan berarti jika ia ditempatkan dalam identifikasi kultural di mana berita tersebut hadir. Jika tidak, berita tersebut tidak akan berarti bagi khalayak pembacanya. Peristiwa yang tidak beraturan

dibuat menjadi teratur dan berarti. Itu artinya, wartawan menempatkan peristiwa ke dalam peta makna (*maps of meaning*). Identifikasi sosial, kategorisasi, dan kontekstualisasi dari peristiwa adalah proses penting di mana peristiwa itu dibuat berarti dan bermakna bagi khalayak.

Proses membuat peristiwa agar kontekstual bagi khalayak ini adalah proses sosial menempatkan kerja jurnalistik dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakatnya. Ia menjadi latar asumsi yang dipahami bersama, yang oleh pemahaman wartawan dipandang bernilai bagi khalayak melalui mana peristiwa bukan hanya dipandang berarti tetapi juga dimengerti oleh khalayak. Ia menjadi asumsi yang diprkirakan bagi wartawan dan bagi khalayak disepakati bersama bagaimana peristiwa seharusnya dijelaskan dan dipahami.

Sedangkan media berperan mendefinisikan bagaimana realitas seharusnya dipahami, bagaimana realitas itu dijelaskan dengan cara tertentu kepada khalayak. Seperti yang dikatakan Matthew Kieran, berita tidaknlah dibenuk dalam ruang hampa. Berita diproduksi dari ideologi dominan dalam suatu wilayah kompetensi tertentu. Ideologi di sini tidaklah selalu dikaitkan dengan denga ide-ide besar. Ideologi juga bisa bermakna politik penandaan atau pemaknaan. Bagaimana kita melihat peristiwa dengan kacamata dan pandangan tertentu, dalam arti luas adalah sebuah ideologi.

Semua media menanamkan ideologi yang akan sangat mempengaruhi berita-berita yang disajikannya. Seperti yang kita ketahui di pembahasan sebelumnya mengenai latar belakang serta visi misi media, tentu sangat mudah dipahami bahwa ideologi Islam yang dibangun sangat kental. Dalam pemberitaan Republika misalnya, tentang Rencana Pembakaran AlQuran, memilih berulang kali mengangkatnya dalam media cetak sebanyak delapan kali dan dalam media *online* lebih dari sepuluh kali dalam satu bulan selama bulan September. Hal ini tentu saja sangat berbeda dengan media lain yang tidak memberi

banyak ruang dan waktu dalam mengangkat persoalan ini. Hal ini tentu saja menunjukkan bahwa media sangat tidak setuju dengan hal tersebut yang kemudian hal ini akan dikonstruksikan kepada pembacanya untuk ikut mengiyakan pendapatnya dengan berulang kalinya berita ini diangkat. Idelogi yang sengaja dibangun oleh media merupakan sebuah upaya membangun peta berfikir kepada khalayak agar memberikan perhatian besar dan cukup banyak akan berita yang disajikan. Berita yang dipilih tentu saja telah dibuat sedemikian rupa dengan menampilkan narasumber serta ungkapan dari para narasumber yang telah dipilah dan dipilih sesuai dengan kesepakatan ideologi media.

Jurnalis adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan infomasi baik dalam tulisan, suara gambar, suara dan gambaran serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran.

Jurnalis dalam unsur komunikasi merupakan seorang yang menyampaikan pesan kepada komunikan atau biasa disebut dengan komunikator. Pesan yang disampaikan seorang jurnalis tentu saja harus sesuai dengan kode etik serta kaidah kejurnalistikan yang berlaku baik itu undang-undang maupun kode etik jurnalistik. Kaitannya dalam dakwah, maka peran seorang jurnalis merupakan sebuah peran yang harus diemban setiap Muslim yang memiliki profesi tersebut di mana mereka menempatkan dirinya sebagai seorang *da'i*.

Pada era reformasi sekarang ini yang ditandai dengan maraknya media massa sebagai sarana komunikasi massa dan alat pembentuk opini publik, para mubaligh, aktivis dakwah, dan umat Islam pada umumnya harus mampu memanfaatkan media massa untuk melakukan dakwah.

Seseorang yang memanfaatkan media massa, khusunya cetak dalam melaksanakan dakwahnya dapat disebut sebagai

seorang yang melakukan dakwah bil qalam. Menurut Ali Yafie, dakwah *bil qalam* pada dasarnya menyampaikan informasi tentang Allah, tentang alam dan tentang hari akhir/nilai keabadian hidup. Dakwah model ini merupakan dakwah tertulis melalui media cetak. Sedangkan menurut Rahmat dalam karyanya, Islam Aktual, mengatakan bahwa dakwah *bil qalam* adalah dakwah melalui media cetak. Mengingat kemajuan teknologi informasi yang memungkinkan seorang berkomunikasi secara intens dan menyebabkan pesan dakwah bisa menyebar seluas-luasnya, maka dakwah lewat tulisan mutlak memanfaatkan kemajuan teknologi informasi.

Hartono A. Jaiz menjelaskan fungsi dakwah *bil qalam* dalam tiga hal, yaitu:

a. Melayani kebutuhan masyarakat akan informasi Islam.
b. Informasi Islam yang dimaksud di sini adalah informasi yang bersumber dari AlQuran dan Hadist.
c. Berupaya mewujudkan seruan Al-Qur'an secara cermat melalui berbagai media cetak untuk mengembalikannya kepada fikrah dan keuniversalannya serta menyajikan produk-produk Islam yang selaras dengan pemikiran.
d. Menghidupkan dialog-dialog bernuansa pemikiran, politik, budaya, sosial dan lain-lain.

Adapun tujuan dakwah *bil qalam* adalah sebagai berikut:

a. Memberantas masyarakat dari buta huruf lewat Pendidikan membaca dan menulis. Kesadaran membaca dan menulis baik dalam arti sempit maupun luas, sudah menjadi kewajiban umat Islam.
b. Menyampaikan ajaran Islam.
c. Meluruskan informasi lewat media cetak.
d. Mengajak umat Islam Bersatu.
e. Mengajak umat Islam agar memiliki akhlak terpuji.
f. Mengajak umat Islam agar tetap hati-hati terhdapa beritaberita yang datang.

g. Menurut Jalaludin Rahmat setidaknya ada lima peran para jurnalis Islam yang penting antara lain:
   1) Sebagai pendidik (*muaddib*), yaitu melaksanakan fungsi edukasi yang Islami. Sebagai jurnalis yang bekerja pada komunikasi massa sebagai pemberi informasi harus lebih tahu dari pembacanya, harus memhami Islam lebih banyak dari pembacanya. Karena ia memiliki tugas mulia sebagai pendidik di kalangan masyarakat baik yang beragama Islam atau yang di luar Islam.
   2) Sebagai pelurus informasi (musaddid). Setidaknya ada tiga hal yang harus diluruskan seorang jurnalis Muslim. Pertama, informasi tentang ajaran Islam dan umat Islam. Kedua, tentang karya-karya dan prestasi umat Islam. Ketiga, jurnalis Muslim dituntut mampu menggali dan melakukan *investigative reporting* tentang kondisi umat Islam di berbagai penjuru dunia.
   3) Sebagai pembaru (*mujaddid*), yakni penyebar paham pembaharuan akan pemahaman dan pengalaman ajaran Islam (reformisme Islam).
   4) Sebagai pemersatu (muwahhid), yaitu harus mempu menjadi jembatan yang mempersekutukan umat Islam.
   5) Sebagai pejuang (mujahid), yaitu pejuang yang berusaha keras untuk membentuk opini publik yang mendorong perkembangan Islam. Seorang jurnalis Muslim hendaknya memiliki kode etik jurnalistik tersendiri sesuai tuntutan ajaran Islam. Kode etik yang dimaksud antara lain sebagai berikut:
      a) Menginformasikan atau menyampaikan yang benar saja (tidak berbohong), juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta. Seperti dalam AlQuran:

ذٰلِكَ وَمَنْ يُّعَظِّمْ حُرُمٰتِ اللّٰهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَّهٗ عِنْدَ رَبِّهٖۗ وَاُحِلَّتْ لَكُمُ الْاَنْعَامُ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْاَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوْا قَوْلَ الزُّوْرِۙ

Demikianlah (perintah Allah). Dan barang siapa mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (hurumat) maka itu lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Dan dihalalkan bagi kamu semua hewan ternak, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya), maka jauhilah olehmu (penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan dusta.(QS. Al-Hajj/22: 30).

Dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan, huruf *min* dalam ayat ini bermakna bayaniyah (keterangan) untuk menjelaskan jenis-jenisnya, yakni jauhilah hal yang najis itu, maksudnya berhala-berhala itu. Mempersekutukan Tuhan sering disebutkan berbarengan dengan perkataan dusta, seperti yang disebutkan dalam ayat lain (Al-A'raf: 33). Termasuk ke dalam pengertian perkataan dusta ialah kesaksian palsu.

b) Bijaksana, penuh nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas dan baik pula. Karakter, pola pikir, kadar pemahaman objek pembaca harus dipahami, sehingga tulisan berita yang dibuat pun akan disesuaikan sehingga mudah dibaca dan dicerna. Seperti dalam surat

اُدْعُ اِلٰى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهٖ وَهُوَ اَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl/16: 125)

Dalam Tafsir Ibnu Katsir dijelaskan, Allah SWT memerintahkan kepada Rasul-Nya, Nabi Muhammad SAW agar menyeru manusia untuk menyembah Allah dengan cara yang bijaksana.

Ibnu Jarir mengatakan bahwa yang diserukan kepada manusia ialah wahyu yang diturunkan kepadanya berupa AlQuran, Sunnah, dan pelajaran yang baik; yakni semua yang terkandung di dalamnya berupa larangan-larangan dan kejadian-kejadian yang menimpa manusia (di masa lalu). Pelajaran yang baik itu agar dijadikan peringatan buat mereka akan pembalasan Allah SWT (terhadap mereka yang durhaka). Yakni terhadap orang-orang yang dalam rangka menyeru mereka diperlukan perdebatan dan bantahan. Maka hendaklah hal ini dilakukan dengan cara yang baik. yaitu dengan lemah lembut, tutur kata yang baik, serta cara yang bijak.

c) Meneliti kebenaran berita/fakta sebelum dipublikasikanatau melakukan *chek* and *recheck*. Seperti dalam AlQuran.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.(QS. Al-Hujurat/49: 6).

d) Hindari olok-olok, penghinaan, mengejek atau caci maki sehingga menumbuhkan permusuhan dan kebencian. Artinya:"Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan oranglaki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh Jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman".

e) Hindarkan prasangka buruk (*su-uzhzhan*). Dalam istilah hukum pegang teguh asas praduga tak bersalah. Seperti yang disebutkan dalam AlQuran

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اجْتَنِبُوْا كَثِيْرًا مِّنَ الظَّنِّ ۖاِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ اِثْمٌ وَّلَا تَجَسَّسُوْا وَلَا يَغْتَبْ بَّعْضُكُمْ بَعْضًا ۗاَيُحِبُّ اَحَدُكُمْ اَنْ يَّاْكُلَ لَحْمَ اَخِيْهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوْهُ ۗوَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗاِنَّ اللّٰهَ تَوَّابٌ رَّحِيْمٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya

yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang. (QS. Al-Hujurat/49: 12).

Dijelaskan dalam Tafsir Ibnu Katsir, Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang beriman dari banyak berprasangka buruk, yakni mencurigai keluarga dan kaum kerabat serta orang lain dengan tuduhan yang buruk yang bukan pada tempatnya. Karena sesungguhnya sebagian dari hal tersebut merupakan hal yang murni dosa, untuk itu hendaklah hal tersebut dijauhi secara keseluruhan sebagai tindakan prefentif.

Dari apa yang diuraikan di atas, jelaslah bahwa peran seorang Jurnalis menjadi sangat penting untuk menyajikan sebuah data dan narasi yang dibangun berdasarkan pada ideologi sebuah media. Dengan demikian seorang Jurnalis sebagai juru kunci dan garda terdepan dalam pemberitaan, perlu mendapat apresiasi jika menyajikan hal-hal yang positif dalam pemberitaannya.

2. Jurnalis sebagai Da'i dalam Pemberitaan

Dakwah pada saat ini dihadapkan pada kemajuan teknologi komunikasi yang serba canggih dan perkembangan zaman yang semakin modern, sehingga proses adaptasi terhadap kemajuan itu haruslah terus ditingkatkan. Yang mengandung arti proses dakwah untuk sekarang ini agar senantiasa dikemas sedemikian agar lebih efektif dan efisien untuk mencapai sasaran dengan menggunakan media komunikasi.

Salah satu media komunikasi saat ini adalah media massa cetak (surat kabar, majalah, tabloid dan lain-lain). Fungsi media cetak sebenarnya hampir sama dengan media massa yang lain yakni: Fungsi mendidik, fungsi menghubungkan, fungsi sebagai

penyalur dan pembentuk pendapat umum dan fungsi kontrol sosial.

Dakwah dengan menggunakan media massa dapat dikatakan sebagai dakwah *bil qalam*. Dakwah *bil qalam* adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah melalui tulisan. Sedangkan menurut Ali Yafie, dakwah *bil qalam* pada dasarnya menyampaikan informasi tentang Allah,alam atau makhluk-makhluk dan tentang hari akhir.

Tiba saatnya sekarang ini para pemikir, mubaligh, ulama, dan pemuka Islam lainnya memanfaatkan serta mempergunakan peluang maupun pengaruh yang dimiliki pers tersebut guna meningkatkan dakwah demi syiar Islam, di samping mewujudkan masyarakat Indonesia yang bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.

Jurnalistik Islami sebenarnya bukanlah media massa Islam atau pers Islam. Sebuah media massa Islam belum tentu bermuatan jurnalistik Islam. Jurnalistik Islami dan media massa Islam adalah dua dunia yang berbeda, meskipun ada kaitan erat antara keduanya. Jurnalistik Islami merujuk pada proses atau aktivitas (khususnya di media massa cetak) yang bernafaskan nilai-nilai Islam. Sedangkan media massa Islam adalah produk dari suatu proses aktivitas jurnalistik umumnya berupa media dakwah atau himpunan karya jurnalistik dengan bahan baku konsep ajaran Islam yang belum tentu sesuai dengan nilai- nilai Islam. Sebuah media Islam yang berisikan berita ke-Islaman, bisa saja gaya jurnalistiknya tidak Islami jika gaya bahasa dari penulisnya buruk, tidak sesuai dengan kaidah jurnalistik, atau bahkan kebijakan redaksinya cenderung menyerang atau memusuhi kelompok Muslim lain, dan merusak *ukhuwah* Islamiyah.

Sebagai juru dakwah khususnya dakwah di media massa yang menyebarkan kebenaran Illahi, jurnalis Muslim laksana "penyambung lidah" para nabi dan ulama, haruslah senantiasa

menjaga dan memperjuangkan nilai-nilai Islami yang berlandaskan pada norma dan etika di masyarakat.

Menjadikan jurnalistik Islami sebagai "ideologi" bagi para wartawan dan penulis Muslim merupakan alternatif menjawabtantangan yang dihadapi umat Islam di bidang media massa. Itulah alternatif mengatasi masalah bersama umat Islam pada era informasi sekarang, yakni tidak dimilikinya suatu media massa yang memadai untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai-nilai Islam, atau membela kepentingan agama dan umat Islam. Cara berdakwah di manapun pada dasarnya memiliki prinsip yang sama, baik di masjid-masjid, gedung-gedung pertemuan, maupun rapat-rapat akbar.

Prinsip dakwah tidak pernah berbeda. Semuanya senantiasa berpegangan kepada AlQuran dan Hadist. Akan tetapi berdakwah lewat pers tentunya memiliki teori-teori atau cara-cara tersendiri yang sangat berkaitan erat dengan metode-metode jurnalistik yang ada dalam kaidah-kaidah ilmu komunikasi massa.

Jangan sampai media massa Islam terperosok pada situasi fasik, karena selentingan kabar burung, rumor, isu tidak diolah dengan baik dan disampaikan sebagai sebuah kabar. Karena itu kita terus menerus mengingatkan institusi pers dan insan-insan Muslim yang bekerja sebagai penyampai kabar, agar menyadari masalah ini.

Jurnalis Muslim adalah juru dakwah (*da'i*) di bidang pers, yakni mengemban dakwah *bil qalam* (dakwah melalui tulisan). Jurnalis Islam terkait dengan nilai-nilai, norma-norma, dan etika Islam. Jurnalis Muslim bukan hanya wartawan yang beragama Islam dan *committed* dengan ajaran agamanya, melainkan juga para cendekiawan Muslim, ulama, mubaligh, dan umat Islam pada umumnya yang cakap menulis di media massa.

Menjadikan jurnalistik Islami sebagai "ideologi" bagi para wartawan dan penulis Muslim merupakan alternatif menjawab tantangan yang dihadapi umat Islam di bidang media massa.

Itulah alternatif mengatasi masalah bersama umat Islam pada era informasi sekarang, yakni tidak dimilikinya suatu media massa yang memadai untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai-nilai Islam, atau membela kepentingan agama dan umat Islam.

Ideologi adalah salah satu konsep sentral dalam analisis wacana kritis karena setiap bentuk teks, percakapan dan sebagainya adalah praktik ideologi atau pancaran ideologi tertentu. Wacana bagi ideology adalah medium melalui mana kelompok dominan mempersuasi dan mengkomunikasikan kepada khalayak kekuasaan yang mereka miliki sehingga absah dan benar. Ideologi dari kelompok dominan hanya efektif jika didasarkan pada kenyataan bahwa anggota komunitas termasuk yang didominasi menganggap hal tersebut sebagai kebenaran.

Ideologi dimaksudkan untuk mengatur masalah tindakan dan praktik individu atau anggota suatu kelompok. Dalam perspektif ini, ideologi mempunyai beberapa implikasi penting. Pertama, ideologi secara inheren bersifat sosial, tidak personal atau individual; ia membutuhkan share diantara anggota kelompok, organisasi atau kolektivitas dengan orang lainnya. Kedua, ideologi meskipun bersifat sosial, ia digunakan secara internal diantara anggota kelompok atau komunitas. Oleh karena itu, ideologi tidak hanya menyediakan fungsi koordinatif dan kohesi tetapi juga membentuk identitas diri kelompok, membedakan dengan kelompok lain. Oleh karena itu, analisis wacana yang dimainkan seorang Jurnalis Muslim menjadi penting, tidak bisa menempatkan bahasa secara tertutup, tetapi harus melihat konteks, terutama bagaimana ideologi dari kelompok-kelompok yang ada tersebut berperan dalam membentuk wacana untuk bisa menjadi informasi positif bagi masyarakat luas.

Jurnalis Muslim yang juga sebagai *da'i*, juga dituntut cerdas dalam membaca situasi dan memainkan perannya dalam isu-isu yang sedang *trending*. Dengan tanggap dan kecerdasan

sosialnya, maka pesan-pesan dakwah dari jurnalis muslim dapat disampaikan dengan *smooth* dan mengena di audiens.

C. Hubungan Dakwah Dan Jurnalistik Islam

1. Keterkaitan Antara Dakwah dan Jurnalistik

Islam adalah agama dakwah. Islam harus disebarkan kepada seluruh umat manusia. Dengan demikian, umat Islam bukan saja berkewajiban melaksanakan ajaran Islam dalam keseharian hidupnya, melainkan juga harus menyampaikan (*tabligh*) atau mendakwahkan kebenaran ajaran Islam terhadap orang lain.

Setiap muslim adalah *da'i,* menjadi seorang muslim otomatis menjadi juru dakwah, menjadi mubaligh, kapan dan di mana saja, di segala bidang dan ruang. Sehingga Nabi SAW. mengingatkan dalam hadisnya *Balligu annī walau āyah*. Dakwah adalah satu bentuk komitmen muslim terhadap agamanya. Setiap muslim dan muslimat wajib mendakwahkan Islam, sesuai dengan kemampuan, profesi dan dedikasinya masing-masing. Kepada orang lain, baik orang Islam, maupun non Islam.

Jelaslah, setiap muslim harus merasa terpanggil untuk melakukan perubahan melalui kegiatan dakwah, baik lisan (bi al-lisān), tingkah laku/akhlak (*bi al-hāl*) dan dengan tulisan (*bi al-qalam*). Keberhasilan suatu kegiatan dakwah tidak terlepas dari unsur-unsur dakwah, yaitu : Subyek dakwah, Obyek dakwah, Materi dakwah (dinul Islam), Metode dakwah, Media dakwah.

Unsur yang disebutkan terakhir di atas, menuntun para pelaku dakwah dalam memanfaatkan seluruh media yang ada dalam pelaksanaan kegiatan dakwah, khususnya media massa. Pada era informasi sekarang ini yang ditandai dengan maraknya media massa sebagai sarana komunikasi massa dan alat pembentuk opini publik, para mubaligh, aktivis dakwah, dan umat Islam pada umumnya, yang memang terkena secara *syar'i* melakukan kegiatan dakwah, yang harus mampu memanfaatkan media massa untuk melakukan dakwah melalui

tulisan (jurnalistik), melalui rubrik opini seperti di surat kabar, majalah, atau bulletin-buletin. Tentu saja kegiatan dakwah melalui tulisan berjalan seiring dengan pelaksanaan dakwah bi *al-lisān* dan dakwah *bi al-hāl*. Melalui tulisan-tulisan di media massa, seorang mubaligh, ulama, kyai, atau umat Islam pada umumnya, sesuai dengan bidang keahlian atau keilmuan yang dikuasainya dapat melaksanakan dakwah lewat kegiatan jurnalistik. Dengan demikian, mereka atau kitapun dapat melaksanakan peran sebagai jurnalis muslim, yakni sebagai *muaddib* (pendidik), *Musaddid* (pelurus imformasi tentang ajaran dan umat Islam), *Mujaddid* (pembaharu pemahaman tentang Islam), *Muwahid* (pemersatu atau perekat ukhuwah Islamiyah), dan *Mujahid* (pejuag, pembela, dan penegak agama dan umat Islam).

Lebih dari itu, pembukuan AlQuran yang kini kita kenal dengan mushaf dalam perpektif jurnalistik, AlQuran adalah karya jurnalistik juga, yakni sebuah media massa formal buku yang isinya firman-firman Allah SWT. Dari Akar kata *Shuhuf,* sebutan bagi kumpulan wahyu, dikembangkan kata shahifah yangberarti surat kabar atau Koran dan s*hahafi* yang searti dengan wartawan atau jurnalis. Demikian pula, termasuk karya jurnalistik adalah kitab-kitab kumpulan hadis seperti Sahih Bukhari, Muslim dan sebagainya.

Dakwah melalui tulisan merupakan bagian dari jurnalistik Islami dan jurnalistik pada umumnya. Jurnalistik adalah proses kegiatan ,mengolah, menulis, dan menyebar luaskan berita dan opini melalui media massa. Jurnalistik Islami merujuk pada proses atau aktivitas jurnalistik yag bernafaskan nilai-nilai Islam dan media massa Islam adalah produk dari suatu proses aktifitas jurnalistik yang umumnya berupa media dakwah atau himpunan karya jurnalistik dengan bahan baku konsep ajaran Islam. Jurnalistik Islami, mengemban misi *'amar ma'ruf nahy* mungkar. Jadi, jurnalistik Islami bermisi *'amar ma'ruf nahy*

mungkar, maka ciri khasnya adalah menyebarluaskan informasi tentang perintah dan larangan Allah SWT.

Jurnalisme dan media massa menjadi saluran yang memiliki pencapaian sesuatu sama dalam membentuk opini public, membina kerukunan antara umat beragama. Peran media massa sangat penting dalam berbagai peristiwa, dari peristiwa yang sedang trending atau *booming* yang bisa dilihat dari sisi positif nya seperti artikel-artikel, dakwah dan banyak lagi. Bukan hanya sisi positifnya tetapi media massa juga memiliki sisi negatif seperti berita hoax yang mudah dipercaya oleh banyak orang tanpa mencari tahu kebenarannya. Banyaknya orang yang melihat berita tersebut bisa mempengaruhi sikap umat beragama. Maka AlQuran sangat penting dan erat kaitannya dalam jurnalisme, seperti pada AlQuran

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَقُولُوا۟ قَوْلًا سَدِيدًا

Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar. (QS. Al-Ahzab /33:70).

Allah SWT. memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar tetap bertakwa kepada-Nya dan menyembah-Nya dengan penyembahan sebagaimana seseorang yang melihat-Nya, dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar, yang jujur, tidak bengkok, tidak pula menyimpang. Lalu Allah menjanjikan kepada mereka jika mereka melakukan perintah-perintah-Nya ini, Dia akan memberi mereka pahala dengan memperbaiki amal perbuatan mereka. Yakni Allah memberi mereka taufik untuk mengerjakan amal-amal yang saleh, dan bahwa Allah akan mengampuni dosa-dosa mereka yang terdahulu. Sedangkan dosa yang akan mereka lakukan di masa mendatang, Allah akan memberi mereka ilham untuk bertobat darinya.

Surah ini menerangkan perintah Allah SWT bagi hambanya yang beriman. Perintah yang dimaksud dalam ayat

tersebut ialah bertakwa kepada Allah SWT, menyembah kepada Allah SWT, mengucapkan perkataan yang baik atau benar. Surah ini sangat berkaitan dengan jurnalistik karena memerintah kita untuk senantiasa jujur dalam menulis berita apapun sesuai fakta yang terjadi.

Dunia jurnalistik semakin menunjukan kebebasaannya. Efeknya tidak dapat di anggap enteng lagi, karena itu kita harus membuat tata tertib yang mengatur dan memerintahkan wartawan, dalam artian tidak dalam artian tidak di batasi terhadap masalah ini dikutip dalam normatif Islam. AlQuran mendorong manusia untuk berbicara benar, jujur dan sesuai fakta di dalam AlQuran untuk tidak menyiarkan berita bohong dalam bentuk apapun.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اجْتَنِبُوْا كَثِيْرًا مِّنَ الظَّنِّ ۖاِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ اِثْمٌ وَّلَا تَجَسَّسُوْا وَلَا يَغْتَبْ بَّعْضُكُمْ بَعْضًا ۗاَيُحِبُّ اَحَدُكُمْ اَنْ يَّاْكُلَ لَحْمَ اَخِيْهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوْهُ ۗوَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗاِنَّ اللّٰهَ تَوَّابٌ رَّحِيْمٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang. (QS. Al Hujurat/49:12).

Menurut Ibnu Katsir, Allah SWT. melarang hamba-hamba-Nya yang beriman dari banyak berprasangka buruk, yakni mencurigai keluarga dan kaum kerabat serta orang lain dengan tuduhan yang buruk yang bukan pada tempatnya. Karena sesungguhnya sebagian dari hal tersebut merupakan hal yang murni dosa, untuk itu hendaklah hal tersebut dijauhi secara keseluruhan sebagai tindakan prefentif.

Dari ayat tersebut menjadi acuan bagi para wartawan atau jurnalis saat membuat karyanya, dan juga bagi si pendengar saat menerima berita tersebut. Pada artikel ini, percakapan AlQuran dengan penampilan jurnalistik sangat diperlihatkan beserta memakai sifat membandingkan dari pola interkoneksi (dalam urusan ini etika jurnalis, keputusan komisi penyiar Indonesia, dewan pers, dan etika jurnalis Al-Quran) yang menggunakan metode *ijma'li* dan tidak menafsirkan seluruh ayat, hanya beberapa ayat yang berkaitan berita.

Berkembangnya teknologi dengan pesat dalam komunikasi membuat manusia semakin mudah dalam berkomunikasi satu sama lain. Dengan adanya media massa kita akan lebih mudah dalam mengakses informasi dari berbagai media seperti Twitter, Instagram, Facebook, dll. Ada enam prinsip komunikasi yang disebutkan di dalam AlQuran, adapun prinsip dalam komunikasi yang disebut, yaitu *Qaulan Sadidan* (ucapan yang jujur atau benar), Qaulan Balighan (ucapan yang mudah dimengerti terhadap media teknologi, termasuk munculnya sebuah media yang terhubung), *Qaulan ma'rufa* (ucapann yang sopan), *Qaulan karima* (ucapan yang mulia), *Qaulan layyina* (ucapan yang lembut), *Qaulan maysura* (ucapan yang mudah dicerna). Jika kita menerapkan prinsip ini komunikasi akan sesuai dengan yang diajarkan dalam Islam.

Semakin cepatnya perkembangan dalam teknologi membuat kemajuan dalam teknologi di era sekarang, seperti munculnya media sosial. Oleh sebab itu banyaknya dampak-dampak buruk yang berdatangan, seperti kejahatan yang dilakukan secara tidak langsung di dunia maya. Maka dari itu pentingnya kajian AlQuran untuk mengatur etika dalam berkomunikasi di media sosial. Setiap makhluk hidup pasti melakukan komunikasi dalam kesehariannya termasuk manusia, maka dari itu manusia dan komunikasi tidak dapat dipisahkan. Komunikasi juga dilakukan saat awal turunnya AlQuran karena di dalamnya mengandung isyarat ilmiah karna

didalamnya terdapat nilai-nilai penting dan ilmu pengetahuan termasuk jurnalistik.

Jurnalisme adalah cara yang tepat untuk menemukan dan mengungkapkan kebenaran. Kebenaran-kebenaran yang berhubungan dengan publik. Karena itu jurnalisme sering dianggap *watchdog* yaitu anjing pengawas. Bahkan jurnalisme sempat diagungkan menjadi elemen keempat demokrasi dalam sistem negara yang mengatur azas trias politika. Karena itu Tom Resentiels dan Bill Kovach menjadikan pencarian kebenaran dalam unsur pertama untuk kewajiban jurnalisme. Pokok dari jurnalisme adalah publik dan fakta.

Prinsip dasar jurnalisme yaitu ada dua, yang pertama jurnalisme berkenaan dengan suatu hal yang dirangkai untuk mencari dan menemukan kebenarannya. Sementara itu yang kedua berkaitan dengan tujuan dari jurnalisme. Dengan dua prinsip dasar itu jurnalisme menolak sesuatu yang bersifat mitos atau hoax. Kerja dalam jurnalisme adalah fakta dan publik.

Etika Islam sangat penting didalam jurnalistik. Etika Islam bisa diartikan dengan akhlak dan adab. Akhlak adalah kunci dalam pembahasan ini karna akhlak berkataitan dengan etika Islam. yang kedua adalah adab, adab adalah perilaku yang berkaitan dengan kebiasaan manusia atau adat selain itu adab juga bisa diartikan sebagai kesopanan, dan akhlak. Karena itu adab juga bisa diartikan sebagai etika. Jurnalisme islami yaitu jurnalisme yang didasari pada ketakwaan. Jurnalisme islami mengambil terminologi seperti hubungan antara Islam dengan ilmu pengetahuan. Islamisasi jurnalisme epistemologi lebih erat dengan jurnalisme islami yang menekankan proses dan kinerja.

Di era ini telekomunikasi dan media informasi sangat berpengaruh terhadap perilaku masyarakat, khususnya masyarakat perkotaan bahkan hingga ke pelosok pedesaan. Radio dan televisi sudah tidak dianggap barang yang mewah, hingga banyak dari masyarakat desa yang memiliki barang tersebut. Sebab itu media massa sering disebut jurnalistik,

karena media massa sebagai penyalur informasi dan penyuplai kegiatan hasil kerja dari Jurnalistik.

Jurnalis Islam dilarang menyampaikan berita yang mengejek dan menghina suatu oknum tertentu hingga menimbulkan kebencian dan permusuhan. Jurnalisme islami mempunyai misi dakwah yaitu '*amar makruf nahi mungkar*' ciri khas dari misi tersebut adalah berdakwah atau memberitahu kepada orang banyak tentang apa saja perintah dan larangan Allah SWT.

Jurnalisme dakwah yaitu jurnalis yang menyebarluaskan informasi dan teknologi dalam penerbitan tulisan dengan nilai agama Islam. Wartawan yang menjadi juru dakwah di dalam bidang pers untuk meluaskan dakwah *bil qalam*. Wartawan menjadi Khalifah Allah di dalam media massa dengan menegakkan etika, nilai norma, dan syariat Islam. Sementara itu jurnalistik dakwah belum banyak peminat di kalangan pers atau mereka yang mendalami di bidang informasi.

Di kalangan pers jurnalistik dakwah tidak terlalu populer. Mereka lebih tertarik pada tayangan politik dan hiburan. Para jurnalis muda yang saat ini bekerja di media televisi swasta lebih menyukai bidang jurnalistik infotainment dibanding jurnalistik dakwah. Tetapi akhir-akhir ini muncul beberapa media penerbitan seperti buletin, tabloid, dan majalah yang bercorak islami. Maka dari itu para wartawan yang berikat dalam media tersebut harus tekun dalam bidang jurnalistik dakwah. Seseorang yang menekuni dalam bidang jurnalistik dakwah harus paham dengan ajaran Islam. Para wartawan dituntut memiliki sifat *Shidiq, Amanah, Tabligh, Fathonah* karena wartawan adalah penyambung lidah masyarakat.

Bahasa dalam AlQuran sangat indah, bermutu, enak dibaca dan didengar. Maka dari itu Islam memiliki bahasa yang bisa menggugah perasaan, tanpa itu pers Islam akan sulit dalam meraih pembaca. Editor mempunyai tanggung jawab untuk supaya bahasa yang digunakan bisa dibaca jelas oleh pembaca.

Jika editing gagal ia akan membingungkan para pembaca berita tersebut. Bahkan sampai mengandung pengertian yang tidak sesuai dengan apa yang dimaksud penulisnya. Jika editingnya telah bagus, maka pembaca akan menikmati tulisan tersebut dengan jelas.

Pada tahun 1990-an, seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia dan industri media massa yang tumbuh, peluang bagi berbagai wartawan menjadi semakin langka. Insiden yang melibatkan pemimpin redaksi majalah Tempo pada tahun 1994 adalah salah satu contohnya. Sejak kejadian itu, sebuah Sejumlah peraturan yang membatasi peraturan lain telah membahayakan kebebasan pers. Salah satu contohnya adalah RUU Penyiaran, yang dibuat oleh pemerintah dengan membuat pasal yang mengatur siapa yang bertanggung jawab untuk memeriksa program berita televisi dan lembaga penyiaran berita pemerintah.

Tujuh kode etik jurnalis Indonesia diperkenalkan pada tahun 1999 di Bandung oleh 26 organisasi Indonesia (KEWI). Meski etika pers memiliki banyak aturan dan kesepakatan yang bisa diandalkan, maraknya jurnalis "bodrek" dan "preman" terus menyebabkan berbagai masalah dengan kode etik. Hal ini disebabkan kemajuan teknologi dan pola pikir manusia serta kompleksitas isu terkait pers. Ketika terjadi konflik, atau ketika Tindakan jurnalis menyimpang dari perannya melindungi kebebasan pers, beberapa jurnalis berpihak pada satu kelompok

Pelaku dakwah harus menyampaikan pesan dan berusaha mempengaruhi komunian (khalayak) agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam. Di dunia jurnalistik, pelaksanaan dakwah melalui tulisan setidaknya memperhatikan dua hal pokok, yaitu teknik/pola penulisan berita dan nilai-nilai yang terkandung dalam isi berita.

a. Teknik atau pola penulisan berita.

Penulisan berita Islami secara teknis sama dengan penulisan berita "umum", yakni mengacu pada rumus 5 W +

1H (*what* = apa yag terjadi, *where* = di mana hal itu terjadi, *when* = kapan peristiwa itu terjadi, *who* = siapa yang terlibat dalam kejadian itu, *why* = kenapa hal itu terjadi, dan *how* = bagaimana peristiwa itu terjadi).

Tulisan yang menjawab pertanyaan what = apa, isinya menggambarkan secara detail ataupun garis besar tentang suatu masalah, sehingga pembaca mengetahui secara utuh masalah yang dikemukakan. Misalnya tulisan tentang bagaimana pelaksanaan shalat. Penulis menguraikan arti shalat secara *harfiyah* dan *maknawiyah*. *Where* = di mana, menjelaskana kepada umat Islam melalui tulisan tersebut bahwa pelaksanaan shalat dapat dilaksanakan di masjid, di rumah dan tempat-tempat lain yag dianggap suci dan tidak dilarang dalam agama Islam. Selajutnya *when* = kapan, dalam uraian tulisan disebutkan waktu-waktu pelaksanaan shalat (shubuh, dhuhur, ashar, maghrib dan isya), serta waktu shalatshalat sunnah lainnya. Penentuan waktu-waktu tersebut telah dijelaskan oleh Rasulullah SAW. dalam hadist-hadistnya. *Who* = siapa, menguraikan secara detail bahwa shalat merupakan kewajiban bagi seluruh umat Islam yang *mukallaf* (sudah baligh). Dan harus senantiasa menjaga citra Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam, *menjalankan 'amar ma'ruf* dan *nahy mungkar*. Why = mengapa, isinya menerangkan sejelas-jelasnya tentang suatu masalah, sehingga pembaca memahami betul isi masalah yang dikemukakan, misalnya kenapa shalat itu diperintahkan. Ibadah shalat merupakan suatau kewajiban dan bagi yang melaksanakannya akan mendapat balasan pahala di sisi Allah SWT.

b. Nilai isi berita.

Berita Islami harus tetap sama menariknya denganberita-berita pada umumnya. Karena itu seorang jurnalis muslim secara teknis harus tetap mengikuti hukum universal jurnalistik, berupa nilai-nilai berita atau nilai-nilai jurnalistik.

Secara umum suatu berita dikatakan mempunyai nilai antara lain :

1) *Temasa/up to date*, suatu berita yang akan disampaikan merupakan berita yang menjadi pembicaraan hangat (aktual) pada saat ditulisnya berita tersebut, bahkan memberikan pemahaman atau informasi kepada khalayak yang ia tidak ketahui sebelumya. Jadi, bukan berita yang kadaluarsa atau berita yang tidak sesuai dengan masanya. Serta memperhitungkan Jarak/cepat, yakni ketepatan waktu.
2) Nyata (faktual), bahwa berita tersebut benar adanya, yakni informasi tentang suatu fakta, bukan fiksi atau karangan. Baik pendapat maupun pernyataan dari sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian,sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya (khususnya ajaran Islam).
3) Penting, artinya mengandung kepentingan orang banyak, dapat berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara luas, atau dinilai perlu untuk diketahui orang banyak. Misalnya ajaran tentang keislaman merupakan pengetahuan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Islam sebagai jalan pendekatan diri kepada Allah SWT
4) Menarik, artinya mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian pembaca, di samping yang aktual, faktual, dan penting, juga berita yang bersifat: menghibur, mengandung peringatan khususnya ke-Maha Kuasa-an Allah Swt., berita tersebut dapat menyentuh dan menggugah perasaan.

Berita Islami adalah berita tentang agama dan umat Islam atau berita umum yang dikemas dalam perspektif Islam. Tujuannya agar pembaca memahami dan mengamalkan Islam atau memahami sebuah peristiwa sesuai dengan

pemikiran Islam (fikrah Islami). Dengan demikian, berita Islami adalah laporan aktual, faktual, penting dan menarik atau informasi tantang sebuah peristiwa yangberdimensi Ilahi. Peristiwa atau fakta yang ditulis diarahkan untuk tidak sekedar menyajikan informasi, tetapi juga mengingatkan pembaca akan Allah SWT dan ajaran-Nya (Islam).

2. Peranan Jurnalistik Islam dalam Pengembangan Dakwah Islamiyah

Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia, dan sistem komunikasi massa yang mempengaruhi banyak orang harus diarahkan sesuai dengan ajaran Islam. Media muslim harus didefinisikan sebagai sebuah subsistem di dalam sistem yang islami, yang meliputi semua aspek umat. Berdasarkan fakta bahwa AlQuran dihimpun dari *suhuf* (lembaran-lembaran tulisan). Yang tentunya harus disampaikan kepada seluruh umat, agar dapat menerima dan menjalankan ajaran agama (Islam) dengan baik.

Mendasari kehadirannya, jurnalistik yang berhaluan agama Islam di Indonesia adalah bagian dari jurnalistik nasional umumnya. Maju mundurnya jurnalistik yang berhaluan Indonesia tidak lepas dari maju mundurnya jurnalistik Indonesia. Itulah sebabnya, wartawan Muslim sebagai pilot jurnalistik Islam, sangat menarik untuk dibicarakan karena pundaknya bergantung hak individual dan tanggung jawab kolektif. M. Natsir (Menteri Peneragan Pertama da juga menjabat Perdana Menteri RI) pernah mengungkapkan sekelumit Wejangan : "*Seandainya anda wartawa muslim tak mampu menyarangkan gol ke gawang lawan, minimal anda jangan sampai kebobolan*." Ada sebuah pesan yang kerap disampaikan oleh Zainuddin Sardar dari (Centre for Policy and Future Studies) di Chicago bahwa seorang wartawan muslim hendaknya mampu berperan sebagai penjaga kebudayaan Islam yang handal

sekaligus mampu menjadi kreator kebudayaan yang dinamis. Sebagai insan yang lebih dekat digolongkan dalam kaum intelegensia daripada professional, seyogyanya mengambil jarak dengan the establishment dan menghadiri status quo. Wartawan muslim harus selalu berfikir sambil bekerja atau bekerja sambil berfikir. Dengan kata lain, wartawan muslim semestinya *commited* terhadap integrasi segi tiga; *Mujahid* (pejuang), *mujaddid* (pembaru), dan *Mujtahid* (pemikir).

Tujuan dalam setiap pemberitaanya adalah membangun dan menyiarkan kebenaran dalam masyarakat, bukan objektifitas yang selama ini didengung-dengungkan sebagai standar kualitas sebuah pemberitaan. Karena tidak ada orang yang dapat bertindak objektif dengan latar belakang kehidupan yang berbeda-beda. Gender, agama, pendidikan, dan etnik adalah sebagian dari latar belakang yang membuat orang berbeda-beda menyikapi setiap persoalan.karena itu, obektifitas bukan tujuan dari jurnalistik Islam.

Kini, masyarakat muslim sudah lama menunggu para jurnalis-jurnalis muslim reformasi yang mampu berdiri di depan, memberikan aba-aba lewat hitam di atas putihnya untuk menegakkan kebenaran. Ia harus menjaga akhlak dan *muru'ah* bagi diri dan keluarganya lebih dahulu. Jangan sampai ia sangat keras dalam kolom-kolomnya berteriak reformasi untuk orang lain, tetapi tidak bagi dirinya. Malahan ia mudah goyah terhadap rayuan yang berbentuk "amplop". Jurnalis muslim harus tegar menolak rayuan-rayuan tersebut karena esensi jurnalis muslim adalah menegakkan dan mensejahterakan rakyat banyak, tak peduli terhadap siapa. Terhadap keluarga, teman sejawat, masyarakat, bahkan terhadap lawan sekalipun.

Oleh karena itu, wartawan muslim harus bersikap tegas dalam memperjuangkan dakwah Islamiyah lewat karya tulisannya kepada publik. Tentunya dengan cara-cara manusia beradab, bukan barbarian (kasar dan kejam). Tujuan yang baik harus disertai cara yang baik pula. Banyak aspek kehidupan

yang diangkat ke permukaan melalui pendekatan moralitas agama. Dan seorang wartawan muslim tentu tidak akan menghancurkan kredibilitas agamanya sendiri. Karena kehadirannya di tengah-tengah masyarakat untuk melaksanakan tugas para nabi, yakni memperbaiki masyarakatnya, tentu setelah ia memperbaiki dirinya sendiri. Meminjam istilah Kang Jalal : "*wartawan muslim harus menjadi orang shaleh dan yang memberi petunjuk, bukan yang rusak dan merusak dan bukan yang sesat dan menyesatkan.*"

Jurnalistik Islam bukan sekedar berbau Islam semata, tetapi harus yang benar-benar menghayati risalah Islam; yakni bukan sekedar bermotto Islam itu sendiri, namun yang terpenting harus mempunyai tugas rangkap, yakni di samping mempersatukan umat dan berdiri di atas semua golongan, tetapi juga menangkis serta membendung segala usaha yang ingin memperdaya atau melemahkan persatuan umat. Dengan demikian, jurnalistik yag seperti itulah yang sangat dibutuhkan sekarang ini dalam menghadapi gelombang pemutarbalikan fakta/berita yang dihentakkan ke tubuh umat, khususnya umat Islam.

Sampai saat ini belum pernah terpikirkan oleh kalangan pemimpin-pemimpin Islam untuk membentuk jurnalistik Islam yang benar-benar murni tanpa dikaitkan dengan suatu golongan. Pada masa lalu, jurnalistik Islam terlihat lebih condong disebut jurnalistik yang dikaitkan dengan partai/organisasi Islam, sehingga ditemukan hanya saling serang antara sesame golongan umat.

Jika kita lihat sejenak ke belakang untuk mengkaji pertumbuhan jurnalistik Islam, maka yang didapatkan adalah puing-puing tanpa ditemukan adanya bekas yang dapat dijadikan dasar bagi kelajutannya. Penyebab utamanya adalah jurnalistik Islam itu tidak pernah dijadikan suatu lembaga yang menjadi tumpuan umat. Karenanya, bila sekali hilang dari masyarakat, orang lupa untuk selamalamanya. Saat ini, kita

boleh berkata bahwa pertumbuhan jurnalistik Islam mulai bangkit kembali. Sudah banyak Koran/majalah tampil memperjuangkan motto Islam. Misi yang tertuang dalam motto beberapa majalah Islam. Antara lain:

a. Al-Jihad yang dipimpin oleh H.O.S. Tjokroaminoto dengan motto "suara pergerakan Islam" dalam usahanya menentang dan menolak serangan dan penghinaan kepada umat slam, menjunjung keluhuran dan kebenaran Islam serta mepersatukan umat Islam.
b. Pelita, mottonya "kesatuan, kedamaian, dan kebahagiaan umat."
c. Harmonis, "memajukan pengetahuan dan peradaban Islam sambil membina kehidupan remaja dan sekaligus menolak westernisasi".
d. Risalah Islam, "aqidah, syariat, dan ilmiah atau menggugah pembaca untuk gemar mempelajari Islam."
e. Panji Masyarakat : "Penyevar Ilmu Pengetahuan dan kebudayaan untuk dakwah dan pembangunan umat."
f. Suara Masjid : "Membangun kecerdasan umat dan bangsa yang dijiwai takwa kepada Allah SWT."
g. Suara Hidayatullah : "Nyatakan tiada Ilah selain Allah, pasti menang".
h. Mimbar Ulama : "mengingatkan belajat hidup sederhana karena nikmat itu tidakan abadi".
i. Media Dakwah : "serulah manusia ke jalan Tuhan-mu dengan hikmah".
j. OASE media silaturrahmi ICMI : "menghidupkan serpihan-serpihan pemikiran ke-Islam-an".

Berdakwah menggunakan media cetak tentu memerlukan bakat mengarang karena media cetak merupakan sarana komunikasi tulisan. Selain bersifat keterampilan praktis, pendekatan ini pula sebagai sebuah seni. Sejak awal sejarahnya, dakwah islamiyah uang didukung oleh angkatan seniman dan sastrawan dengan senjata seni budaya dan seni sastranya telah

berjihad melawan musuh-musuh Islam. Di dalam QS. Al-Syu'ara/26: 227, dikemukakan betapa Allah memuji para seniman dan sastrawan mukmin yang berjihad tanpa kompromi untuk melawan kejahatan. Sebabnya Rasulullah saw membawa sebuah risalah yang mencanangkan keharusan belajar membaca dan menulis dan keharusan menuntun segala macam ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai realisasi dari isyarat Allah dalam QS. Al-'Alaq/96: 1-7., Nabi SAW memerintahkan penulisan AlQuran setiap beliau menerima wahyu. Inilah yang dalam catatan sejarah dianggap sebagai permulaan penulisan dalam dakwah islamiyah.

Ciri khas pendekatan dakwah jurnalistik ini adalah menyebarluaskan informasi tentang perintah dan larangan Alah SWT. Juga berusaha untuk mempengaruhi komunikan/khalayaj, agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam. Kegiatan jurnalistik melalui pendekatan dakwah senantiasa menghindari gambar-gambar ataupun ungkapan yang tidak Islami, menjauhkan promosi kemaksiatan, atau hal-hal yang bertentangan dengan syariat Islam, sepertih fitnah, pemutarbalikan fakta, berita bohong, kemungkaran, dan sebagainya. Oleh karena itu, dakwah melalui media sebagai kegiatan jurnalistik tampil untuk mempengaruhi khalayak agar berprilaku sesuai dengan norma-norma yang islami dan menawarkan solusi atas berbagai masalah. *Check and recheck*, sebagai salah satu pedoman jurnalistik umum, tentu saja harus ditaati jurnalistik Islam. Allah mengingatkan hal ini lewat firman-Nya dalam QS. Al-Hujurat/49: 6.

Untuk mempermudah diterimanya suatu informasi atau risalah Islam (dakwah), maka yang sangat pokok untuk dikuasai adalah pada bahasa (Bahasa jurnalistik) penulisan jurnalistik ada hal-hal yang perlu dipetimbangkan yaitu sifat tulisan jurnalistik sebagai media massa, kenyataan ini memberikan tekanan akan pentingnya sifat-sifat sederhana, jelas, dan langsung dalam suatu tulisan berita. Dengan demikian, bahasa jurnalistik itu

harus ringkas, mudah dipahami, dan langsung menerangkan apa yang dimaksudkan.

Perkembangan bahasa jurnalistik Indonesia dalam empat dekade terakhir ini sangat pesat. Kepesatannya dapat terlihat jika kita membandingkan Bahasa yang dipakai suratkabar-suratkabar 40 tahun yang lalu dengan bahasa yang dipakai suratkabar sekarang. Banyak istilah yang tadinya menggunakan Bahasa asing, kini mulai telah banyak menggunakan istila-istilah atau kosakata-kosakata baru sebagai penganti istilah dan kosakata asing dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Pergantian istilah asing yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia dengan istilah baru.

Bahasa yang lazim digunakan media cetak berkala yakni surat kabar, tabloid, dan majalah, disebut bahasa jurnalistik pers. Selain bahasa jurnalistik pers , kita juga mengenal bahasa jurnalistik radio, bahasa jurnalistik televisi, bahasa jurnalistik film, dan bahasa jurnalistik media *online* internet. Sebagai salah satu ragam bahasa, bahasa jurnalistik tunduk pada kaidah dan etika Bahasa baku. Ciri utama bahasa jurnalistik di antaranya sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, jernih, menarik, demokratis, mengutamakan kalimat aktif, sejauh mungkin menghindari penggunaan kata atau istilah teknis, dan tunduk kepada kaidah serta etika bahasa baku.

Sebagai guru bangsa dengan fungsinya sebagai pendidik, pers wajib menggunakan serta tunduk kepada kaidah dan etika bahasa baku. Bahasa pers harus baku, benar dan baik. Dalam etika berbahasa, pers tidak boleh menuliskan kata-kata yang tidak sopan, kata-kata vulgar, kata-kata yang berisi sumpah serapah, kata-kata hujatandan makian yang sangat jauh dari norma sosial budaya agama. Atau dengan sengaja menggunakan pilihan kata pornografi dan berselera rendah lainnya dengan maksud untuk membangkitkan asosiasi seksual khalayak pembaca.

Pers-pers berkualitas senantiasa menjaga reputasi dan wibawa martabatnya di mata masyarakat., antara lain dengan senantaisa menghindari penggunaan katakata atau istilah yang dapat diasumsikan tidak sopan, vulgar, atau mengumbar selera rendah. Kata-kata seperti itu ditemukan pada pers popular lapis bawah dan pers kuning.

D. Konsep Jurnalisme Dakwah Dalam Mencegah Tindak Korupsi

1. Kode Etik Jurnalistik dan Hubungannya dengan Dakwah

Tindak pidana korupsi kerap menjadi objek perhatian dan keprihatinan yang banyak terjadi di berbagai belahan dunia. Tindak pidana korupsi bahkan cenderung mengundang perhatian masyarakat dibanding dengan beberapa tindak pidana lain yang dilakukan manusia. Hal tersebut bukan menjadi sesuatu yang luar biasa bagi masyarakat karena tidak menjadi rahasia umum bahwa tindakan korupsi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan dampak yang sangat negatif karena merugikan negara. Masyarakat tentu prihatin dengan fenomena korupsi yang dilakukan oleh banyak pihak, karena tindakan tersebut menimbulkan keresahan di dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dampak negatif dari tindakan korupsi akan banyak memengaruhi berbagai aspek yang ada dalam kehidupan bernegara.

Maraknya tindakan korupsi yang banyak diberitakan di media massa menjadi perhatian yang memilukan. Beredarnya berita-berita korupsi dan operasi tangkap tangan oleh pihak terkait yang muncul di media massa seperti media elektronik, online, cetak, maupun media sosial semakin menjadikan korupsi sebagai tindakan wajib dikontrol oleh semua pihak. Pada dasarnya, Tindakan korupsi banyak dilakukan oleh para pejabat tinggi yang memiliki peluang untuk memperkaya diri dengan cepat. Mandat dari masyarakat melalui proses pemilihan kadang

disalahgunakan untuk kepentingan pribadi. Padahal, sejatinya para pejabat tinggi tersebut menggunakan jabatan dan kedudukannya untuk mensejahterakan rakyat yang telah memberikan kepercayaan kepadanya. Tentunya ini menjadi gambaran yang menyedihkan bagi masyarakat yang berharap dapat hidup secara adil dan makmur dan bersih dari segala penyimpangan yang dilakukan jajaran birokrat.

Berita mengenai korupsi dari kalangan pejabat kelas bawah hingga pada pejabat kelas elite dalam pemerintahan kerap bermunculan di media massa. Pemberitaan mengenai korupsi yang semakin hari semakin banyak juga memperkuat asumsi masyarakat terkait mewabahnya tindak korupsi di Indonesia. Tindakan yang banyak merugikan negara termasuk rakyat tersebut dianggap sebagai tindakan yang perlu untuk dicegah perkembangannya dengan berbagai upaya. Tentunya dengan kerja sama yang baik dan mendukung lembaga yang berwenang mengurusi tindakan korupsi seperti Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

Korupsi merupakan masalah serius dan perlu pencegahan sesegera mungkin karena kegiatan menyimpang semacam itu memberikan kerugian yang sangat besar bagi ketahanan kemakmuran suatu negara. Berbagai aspek akan banyak dipengaruhi oleh tindakan korupsi, di antaranya kesejahteraan rakyat, pendidikan dan politik, serta moralitas bangsa serta citra bangsa di mata bangsa lain. Bukan itu saja, tindakan korupsi akan menjadi budaya yang seringkali dilakukan para pejabat yang akan datang jika tidak dicegah dan diberantas sedini mungkin. Korupsi merupakan ancaman terhadap cita-cita Bangsa Indonesia menuju masyarakat adil dan makmur.

Menurut Indonesia Coruption Watch (ICW), data kasus tindak korupsi di Indonesia selama tahun 2017 sebanyak 576 kasus dengan tersangka sebanyak 1.298 orang, nilai kerugian negara mencapai 6,5 triliun rupiah serta nilai suap sebesar 211 miliar rupiah. Data tersebut meningkat dibandingkan data pada

tahun 2016, di mana selama tahun 2016 ditemukan 482 kasus korupsi dengan tersangka sebanyak 1.101 orang serta nilai kerugian negara sebesar 1,4 triliun rupiah. Perbandingan data korupsi di Indonesia pafa tahun 2016 dan 2017 sangat signifikan. Data tersebut tidaklah menafikan jika masyarakat sampai saat ini menginginkan pencegahan tindak pidana korupsi yang lebih baik dari sebelumnya serta imbalan sanksi hukum terhadap pelaku korupsi di Indonesia.

Peningkatan tindak korupsi di Indonesi merupakan hal yang sangat penting untuk segera ditekan. Bukan hanya tugas KPK dan lembaga terkait lainnya., tetapi seluruh lapisan masyarakat wajib ikut serta dalam melakukan pencegahan korupsi yang semakin hari semakin berdampak buruk bagi negara dan mental bangsa Indonesia. Tidak terkecuali para jurnalis yang belum mampu memberikan banyak peran dalam pencegahan korupsi karena dianggap mampu bersentuhan langsung dengan pejabat pemerintah dan juga masyarakat.

Jurnalis diharapkan mampu memberikan pendidikan terkait korupsi, pengawasan kepada jajaran pejabat pemerintah serta suara penyampaian pendapat masyarakat. Dalam perspektif jurnalisme dakwah, mencegah hal-hal yang mengandung banyak mudarat dibandingkan manfaat perlu untuk dilakukan. Sebagaimana prinsip dan tujuan dari jurnalisme dakwah yakni mengajak, memanggil, dan menyeru kepada kebajikan serta mencegah dari kemungkaran.

Dalam perkembangan dunia jurnalistik, jurnalis bukan lagi sekadar menyampaikan informasi kepada khalayak tetapi juga memiliki nilai pencegahan kemungkaran dan penyeruan terhadap jalan kebaikan yang diyakini dalam Islam. Sebagaimana diketahui bahwa salah satu fungsi pers yang menaungi jurnalis adalah sebagai alat kontrol sosial. Maka dari itu, sudah sepatutnya jurnalis menjadi salah satu pihak yang ikut berperan penting dalam menjaga stabilitas negara, salah satunya dengan pencegahan tindak korupsi.

Jika dikaitkan kembali dengan dakwah, jurnalis tentu dituntut untuk menyeru, mengajak dan memanggil seseorang atau sekelompok orang untuk berada pada jalan kebajikan, yakni jalan yang diridhai Allah SWT. melalui proses pencarian, pengumpulan, pengolahan dan menyebarluasan informasi menjadi sebuah berita melalui media pers. Melalui proses tersebut, jurnalisme dakwah tentunya akan sejalan dengan konsep dasar dakwah yakni menyuruh pada yang *ma'ruf* dan mencegah dari kemunkaran.

Jurnalis banyak memegang tanggungjawab dalam menjalankan proses dakwah melalui profesinya menyampaikan informasi yang akurat dan tepat kepada masyarakat. Tidak hanya para ustadz yang diberikan kewenangan untuk menyampaikan kebajikan, tetapi juga segala profesi yang memiliki kapasitas akan aktivitas dakwah. Dakwah bukanlah semata-mata yang dapat dilakukan oleh parah ustadz dan ulama-ulama saja, tetapi juga dapat dilakukan oleh siapa saja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

Hal tersebut dianggap wajib untuk dilakukan sebagaimana QS. Ali-Imran ayat 104 yang juga menjadi landasan jurnalis yang menjalankan tugas-tugas profesinya dengan konsep dakwah

وَلْتَكُنْ مِّنْكُمْ اُمَّةٌ يَّدْعُوْنَ اِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْمُفْلِحُوْنَ

Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali-Imran/3: 104).

Pada kata *minkum* pada ayat tersebut, ada ulama yang memahaminya dalam arti sebagian, oleh karena itu, penyampaian pesan-pesan dakwah tidak ditujukan pada semua orang tetapi hanya sebagian orang saja. Ulama yang memahami

kata *minkum* yang bermakna sebagian beranggapan bahwa ayat ini memiliki dua jenis perintah. Perintah pertama dimaksudkan kepada seluruh umat Islam untuk membuat, membentuk dan menyiapkan satu kelompok khusus yang bertugas melaksanakan dakwah, sedangkan perintah kedua yaitu ditujukan kepada kepada kelompok khusus itu untuk melaksanakan dakwah kepada yang *ma'ruf* serta mencegah kemungkaran.

Ada pula ulama yang menjadikan kata *minkum* dalam arti penjelasan sehingga ayat ini mengandung makna bagi semua orang untuk menyampaikan dakwah sesuai dengan kemampuan dan kelebihan yang dimiliki masing-masing. Karena jika dakwah yang akan dilakukan adalah dakwah yang sempurna, maka tidak ada yang dapat melakukannya karena memang pada dasarnya manusia tidak luput dari kesalahan. Baik itu kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja. Sedangkan, masyarakat saat ini sangat membutuhkan informasi, bahkan telah menjadikan informasi sebagai salah satu kebutuhkan pokok. Informasi yang tersebarpun tidak semuanya dapat dikatakan dan dimaknai benar dan tepat. Oleh karena itu, memang diperlukan kelompok khusus untuk menangani dan menyelesaikan masalah-masalah informasi yang kerap membingungkan bagi masyarakat.

Mengajak pada kebajikan dan mencegah dari yang munkar sesuai ayat yang dibahas sebelumnya merupakan tujuan dari keberadaan jurnalisme dakwah. Segala bentuk informasi yang dikemas kemudian disebarluaskan melalui media massa harus selalu sesuai dengan nilai-nilai kebaikan dalam ajaran Islam dengan tujuan untuk memegang teguh kebenaran yang apa adanya dan mencegah segala bentuk kemunkaran yang tidak sesuai dengan AlQuran dan Hadis.

Dari penjelasan ayat tersebut, menjadi sebuah dasar bahwa melakukan pencegahan dan penyeruan kepada kebajikan adalah hal yang perlu untuk dilakukan dalam pemahaman

jurnalisme dakwah. Terlepas dari kewajiban tersebut, terdapat kemudahan jurnalis dalam menggandeng prinsip dakwah dalam mengerjakan pekerjaannya. Namun tidak dipungkiri pula pasti akan ada kendala yang juga dapat menghambat jalannya peran jurnalisme dakwah dalam menjalankan tugasnya menyeru kebajikan dan mencegah kemungkaran. Oleh karena itu, perlu pembahasan lebih jauh mengenai peran jurnalisme dakwah dalam pencegahan tindak korupsi.

Dakwah harus senantiasa menjadi modal dasar jurnalis dalam menjalankan tugas-tugasnya di lapangan. Segala bentuk kemunkaran tentunya banyak menggoda para jurnalis dengan imbalan pundi-pundi rupiah. Bisa saja jurnalis pun menjadi salah satu bagian dari keberhasilan para pejabat tinggi dalam melakukan misinya mengambil uang negara. Hal tersebut perlu dihindari oleh para jurnalis karena bisa saja terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Segudang godaan memang kerap dihadapi oleh para jurnalis di lapangan dengan tawaran pundi-pundi rupiah. Kekuatan iman dan keteguhan dalam pencegahan kemunkaran harus selalu ditingkatkan oleh para jurnalis. Sebagaimana layaknya seorang dai, jurnalis harus menyampaikan kabar-kabar yang informatif dan edukatif demi kemaslahatan umat. Bukan karena sebuah imbalan yang dapat merusak idealisme jurnalis itu sendiri. Konsep jurnalisme dakwah diharapkan dapat menjadi acuan dalam pencegahan tindak korupsi bagi para jurnalis. Dengan maraknya tindak korupsi di negeri ini, menjadi tanggung jawab bersama dalam mencegah dan memberantas hingga pada akar-akarnya. Jurnalis diharapkan dapat menjalankan konsep dakwah dalam memcegah tindak korupsi melalui konsep dakwah yang sesuai dengan profesi jurnalis di era sekarang ini.

Kemerdekaan berpendapat, berekspresi dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasaila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB.

Kemerdakaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggungjawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama.

Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik:

a. Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
b. Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
c. Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
d. Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
e. Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
f. Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
g. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan off the record sesuai dengan kesepakatan.
h. Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

i. Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
j. Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
k. Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Dalam konteks profesi wartawan, maka sebuah tanggungjawab harus didasarkan atas: Kejujuran, mengabdi untuk kepentingan publik, menyampaikan kepada masyarakat apa yang mereka harapkan, serta menghindari sesuatu yang tidak perlu, melakukan tugas kewartawanan tanpa mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap profesi jurnalistik, rasa sensitif terhadap tiap-tiap individu yang akan menjadi sumber berita maupun yang akan kena sasaran berita, melakasanakan fungsi social kontrol, hak untuk memberitakan, menolak, menjawab untuk menjaga keselamatan sumber berita.

Dalam ranah praktis, jurnalis juga dituntut memiliki kemampuan teknis dan etis sebagaimana dituntunkan dalam AlQuran tercermin dalam berbagai bentuk ahlakul karimah, antara lain:

1) Menyampaikan informasi dengan benar, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta,

ذٰلِكَ وَمَنْ يُّعَظِّمْ حُرُمٰتِ اللّٰهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَّهٗ عِنْدَ رَبِّهٖ ۗ وَاُحِلَّتْ لَكُمُ الْاَنْعَامُ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْاَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوْا قَوْلَ الزُّوْرِ ۙ

Demikianlah (perintah Allah). Dan barang siapa mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (hurumat) maka itu lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Dan dihalalkan bagi kamu semua hewan ternak, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya), maka jauhilah olehmu

(penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan dusta. (QS. Al- Hajj/22: 30).

Sebagaimana dalam Tafsir Ibnu Katsir, Termasuk ke dalam pengertian perkataan dusta ialah kesaksian palsu.

2) Bijaksana penuh nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas dan baik pula. Karakter, pola pikir, kadar pemahaman objek pembaca harus dipahami sehingga berita yang disusun akan mudah dibaca dan dicerna:

اُدْعُ اِلٰى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهٖ وَهُوَ اَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl/16: 125).

Hikmah: ialah perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil.

3) Meneliti fakta atau cek-ricek. Untuk mencapai ketepatan data dan fakta sebagai bahan baku berita yang akan ditulis, jurnalis muslim hendaknya mengecek dan meneliti kebenaran fakta di lapangan dengan informasi awal yang ia peroleh agar tidak terjadi ghibah dan fitnah.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (QS.Al-Hujurat/49: 6).

4) Tidak mengolok-olok, mencaci-maki, atau melakukan tindakan penghinaan sehingga menumbuhkan kebencian.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسٰٓى اَنْ يَّكُوْنُوْا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاۤءٌ مِّنْ نِّسَاۤءٍ عَسٰٓى اَنْ يَّكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّۚ وَلَا تَلْمِزُوْٓا اَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوْا بِالْاَلْقَابِۗ بِئْسَ الِاسْمُ الْفُسُوْقُ بَعْدَ الْاِيْمَانِۚ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الظّٰلِمُوْنَ

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim. (QS. Al-Hujarat/49: 11).

5) Jangan mencela dirimu sendiri maksudnya ialah mencela antara sesama mukmin karena orang-orang mukmin seperti satu tubuh. Panggilan yang buruk ialah gelar yang tidak disukai oleh orang yang digelari, seperti panggilan kepada orang yang sudah beriman, dengan panggilan seperti: Hai fasik, Hai kafir dan sebagainya.

Menghindari prasangka atau *su'udzon*. Dalam pengertian hukum, jurnalis hendaknya memegang teguh "asas praduga tak bersalah" sebagaimana pada AlQuran,

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اجْتَنِبُوْا كَثِيْرًا مِّنَ الظَّنِّۖ اِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ اِثْمٌ وَّلَا تَجَسَّسُوْا وَلَا يَغْتَبْ بَّعْضُكُمْ بَعْضًاۗ اَيُحِبُّ اَحَدُكُمْ اَنْ يَّاْكُلَ لَحْمَ اَخِيْهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوْهُۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَۗ اِنَّ اللّٰهَ تَوَّابٌ رَّحِيْمٌ

Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang. (QS. Al-Hujurat/49: 12).

Allah SWT. melarang hamba-hamba-Nya yang beriman dari banyak berprasangka buruk, yakni mencurigai keluarga dan kaum kerabat serta orang lain dengan tuduhan yang buruk yang bukan pada tempatnya. Karena sesungguhnya sebagian dari hal tersebut merupakan hal yang murni dosa, untuk itu hendaklah hal tersebut dijauhi secara keseluruhan sebagai tindakan prefentif. Telah diriwayatkan kepada kami dari Amirul Mu'minin Umar ibnul Khattab r.a., bahwa ia pernah berkata, "Jangan sekali-kali kamu mempunyai prasangka terhadap suatu kalimat yang keluar dari lisan saudaramu yang mukmin melainkan hanya kebaikan belaka, sedangkan kamu masih mempunyai jalan untuk memahaminya dengan pemahaman yang baik."

6) "Jurnalis Islami tidak boleh menerima suap dalam menjalankan pekerjaannya,

وَلَا تَأْكُلُوٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَآ اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْقًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ۚ

Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui. (QS. Al-Baqarah: 188).

Selain poin-poin di atas, beberapa pedoman akhlak Qurani yang wajib diperhatikan bagi seorang muslim yang berprofesi sebagai wartawan atau praktisi media adalah sebagai berikut: Dalam menyampaikan informasi, waratawan muslim hendaknya melandasi dengan iktikad atau niat yang tinggi untuk senantiasa melakukan pengecekan kepada pihak-pihak yang bersangkutan sehingga tidak akan merugikan siapapun. *K*etika menyampaikan karyanya, wartawan muslim hendaknya menggunakan bahasa yang baik dan benar dalam gaya bahasa yang santun dan bijaksana. Dengan demikian apa yang disampaikannya akan dapat dimengerti, dirasakan, dan menjadi hikmat bagi khalayak.

Dalam melaksanakan tugas jurnalistik, hendaknya wartawan yang Islami melaksanakannya secara profesional dalam ikatan kerja yang produktif, sehingga karyanya akan memiliki hasil yang optimal dan adil untuk semua pihak sehingga ia akan dipandang sebagai aset utama perusahaan media. Dalam melaksanakan tugas-tugasnya, jurnalis Islami hendaknya menghindarkan sejauh mungkin prasangka maupun pemikiran negatif sebelum menemukan kenyataan objektif berdasarkan pertimbangan yang adil dan berimbang dan diputuskan oleh pihak yang berwenang. dalam kehidupan sehari-hari, jurnalis Islami hendaknya senantiasa dilandasi etika Islam dan gemar melakukan aktivitas sosial yang bermanfaat bagi umat. Sudah seharusnya selalu memperkaya wawasan keislamannya untuk meningkatkan amal ibadah sehari-hari. Dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis Islami hendaknya menjunjung tinggi asas kejujuran, kedisplinan dan selalu menghindarkan diri dari hal-hal yang akan merusak profesionalisme dan nama baik perusahaannya.

Komitmen yang tinggi seyogyanya diberikan pada profesionalisme dan bukan ikatan primordialisme sempit. Dalam melaksanakan tugasnya, juranalis Islami hendaknya senantiasa mempererat persaudaraan sesama profesi

berdasarkan prinsip ukhuwah Islamiyah tanpa harus meninggalkan asas kompetisi sehat yang menjadi tututan perusahaan media massa modern. Dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis Islami hendaknya menyadari betul bahwa akibat dari karyanya akan memiliki pengaruh yang luas terhadap khalayak. Karena itu, hendaknya semua kegiatan jurnalistiknya ditujukan untuk tujuan-tujuan yang konstruktif dalam rangka pendidikan dan penerangan umat. Dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis Islami hendaknya menyadari dengan penuh kesadaran memahami banwa profesinya merupakan amanat Allah, umat dan perusahaan media. Karena itu jurnalis Islami hendaknya selalau siap mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada Allah, umat dan perusahaannya. Dalam melaksanakan tugasnya, jurnalis Islami hendaknya selalu berkata atau menulis dengan prinsip-prinsip berbahasa yang diajarkan Al-Quran, yaitu *qaulan ma'rufan* (pantas), *qaulan kariman* (mulia), *qaulan masyura* (mudah dicerna), *qaulan balighan* (efektif/mengena), dan *qaulan layyinan* (lemah lembut).

Dalam pekerjaan sebagai jurnalis, ada beberapa hal yang menjadi syarat ideal yang baik. Hal tersebut menjadi tolok ukur bagi wartawan dalam menjalankan tugas-tugasnya sesuai dengan kode etik yang telah dijelaskan sebelumnya. Dalam buku *The Profesional Journalist* yang ditulis oleh John Hohenberg dalam Alex Sobur, menerangkan beberapa syarat ideal sebagai wartawan yang baik. Di antaranya tidak pernah berhenti mencari kebenaran kerena kebenaran merupakan bagian terpenting untuk sebarluaskan kepada masyarakat. Jika salah dalam menyampaikan kebenaran, maka akan menimbulkan dampak yang negatif, misalnya konflik. Sama halnya dengan tindaka korupsi yang dilakukan seseorang, siapa pun dia dan bagaimanapun seseorang tersebut, tetap harus diberitakan sesuai dengan fakta yang ditemukan oleh jurnalis. Kemudian mengikuti perkembangan zaman sehingga tidak diperbudak

oleh kemajuan. Kehidupan yang dinamis 'memaksa' jurnalis dalam mengenal dunia yang semakin berkembang pesat. Apalagi seorang jurnalis memang dituntuu untuk mengerti segala hal karena pemberitaan tidak hanya merujuk pada satu aspek saja, tetapi keseluruhan aspek kehidupan di dunia ini. Melaksanakan tugas dengan baik dan memiliki dampak bagi umat manusia. Hal tersebut sejalan dengan tujuan dakwah pula, yakni memiliki dampak terhadap masyarakat. Dampak yang dimaksud tentunya merupakan dampak yang baik dan positif bagi masyarakat. Sehingga peran jurnalis juga teraplikasikan dengan baik, yakni menginformasikan, mengedukasi, menghibur dan sebagai kontrol sosial.) terakhir yakni memelihara kebebasan yang tetap teguh. Bebas bukan berarti bebas melakukan apa saja sesuai dengan keinginan jurnalis. Bebas yang dimaksud adalah kebebasan jurnalis dalam mengungkapkan fakta-fakta yang perlu disebarluaskan tetapi harus sesuai dengan kode etik yang berlaku.

2. Kontrol Sosial Jurnalisme Dakwah dalam Pencegahan Korupsi

Korupsi menjadi tindakan yang sangat merajalela dan mengkhawatirkan bagi perkembangan pemerintahan dan generasi bangsa ke depannya. Korupsi bukan lagi menjadi hal yang biasa dan dibiarkan terjadi bergitu saja. Banyak kerugian yang terjadi akibat tindakan korupsi para elite pejabat di Indonesia. Indonesia menjadi salah satu negara dengan tindakan korupsi oleh para elite pejabatnya. Secara bahasa, merupakan asal kata dari *corruption* yang berasal dari kata *dasar corrumpere* yang merupakan bahasa Latin, artinya adalah busuk, rusak, menggoyahkan, memutar balik, menyogok. Dalam *Blak's Law Dictionary USA,* korupsi artikan sebagai:

> *"An act done with intent to give some advantage inconsistent with official duty on the rights of others. The act of an official or fiduciary person who unlawfully and wrongfully uses his station*

or character to procure some benefit for himself or for another person, contrary to duty and rights of others"

Suatu perbuatan yang dilakukan dengan maksud untuk memberikan suatu keuntungan yang tidak sesuai dengan kewajiban resmi dan hak-hak dari pihak-pihak lain. Perbuatan dari seorang pejabat atau kepercayaan yang melanggar hukum dan secara salah menggunakan jabatannya atau karakternya untuk mendapatkan suatu keuntungan untuk dirinya sendiri atau untuk orang lain berlawanan dengan kewajibannya dan hak-hak dari pihak lain.

Secara umum, korupsi dapat diartikan sebagai kejahatan yang dilakukan dengan perencanaan dan perhitungan terlebih dahulu oleh seseorang atau segolongan orang yang merupakan orang-orang terpelajar dan berpendidikan. Korupsi juga kerap kali dilakukan oleh para pejabat dan memiliki peluang untuk menyalahgunakan jabatannya untuk kebutuhan pribadi. Korupsi menjadi perilaku yang sangat menyimpang oleh 'pelayan masyarakat' untuk mendapatkan keuntungan finansial dan status sosial pada sebuah kelembagaan. Perkembangan tindak korupsi terus melaju, di Indonesia sendiri jumlah tidak korupsi terus meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan keterangan dan grafik (dalam lampiran disertasi) untuk tahun 2018 rekapitulasi tindak pidana korupsi per 31 Desember 2018, KPK melakukan penanganan tindak pidana korupsi dengan rincian: penyelidikan 164 perkara, penyidikan 199 perkara, penuntutan 151 perkara, inkracht 106 perkara, dan eksekusi 113 perkara. Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) juga telah menangani 1.310 kasus tindak pidana korupsi sejak 2004 hingga 20 Oktober 2022. Selama hampir 18 tahun terakhir, jumlah kasus korupsi yang ditangani lembaga tersebut cenderung fluktuatif. KPK paling banyak melakukan tindak pinda korupsi pada 2018 mencapai 199 kasus, sedangkan yang terendah pada 2014 hanya 2 kasus. Tercatat, jenis perkara tindak pidana korupsi yang paling banyak ditangani KPK

adalah penyuapan dengan 867 kasus. Kasus penyuapan yang berhasil ditindak KPK terbanyak pada 2018 mencapai 168 kasus. Diikuti tahun 2019 dan 2017 yang masing-masing sebanyak 119 kasus dan 93 kasus. Pengadaan barang atau jasa merupakan tindak pidana korupsi yang tebanyak ditangani KPK berikutnya mencapai 274 kasus. Lalu, sebanyak 57 kasus penyalahgunaan anggaran telah ditangani KPK sejak 2004 hingga Oktober 2022. Ada pula sebanyak 49 kasus tindak pidana pencucian uang (TPPU), pungutan atau pemerasan 27 kasus, dan perizinan dan perintangan proses penyidikan masing-masing sebanyak 25 kasus dan 11 kasus. Laporan KPK mencatat bahwa tindak pidana korupsi mayoritas dilakukan di instansi pemerintah kabupaten/kota yakni sebanyak 537 kasus sejak 2004 hingga 20 Oktober 2022. Diikuti oleh instansi kementerian/lembaga dan pemerintah provinsi masing-masing sebanyak 406 kasus dan 160 kasus.

Meningkatnya jumlah tindak korupsi menjadi pertanda semakin tingginya keberanian para pejabat dalam melakukan penyimpangan dalam tugasnya. Oleh karena itu bukan hanya tugas Komisi Pemberantasan Korupsi yang bertugas mencegah dan memberantas perilaku tercela tersebut. Setiap lapisan masyarakat juga wajib berperan aktif dalam mencegah dan memberantas tindak korupsi di mana pun dan kapan pun itu.

Salah satu profesi yang memiliki andil besar dalam penegahan korupsi adalah jurnalis. Jurnalis sedianya memiliki paham Jurnalisme dakwah yang dianggap memiliki peluang pencegahan terjadinya korupsi karena perannya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Jurnalis dakwah dipercaya tidak sekadar mencari dan menyampaikan informasi tetapi juga memberikan pencerahan kepada para pejabat melalui tulisan-tulisan yang memiliki pesan motivasi dan mencerahkan. Jurnalisme dakwah tidaklah semata-mata hanya dapat diaplikasikan oleh para jurnalis muslim saja, tetapi juga nonmuslim. Jurnalisme dakwah bukan berarti jurnalis yang

beragama islam tetapi jurnalisme dakwah yang dimaksud adalah jurnalis yang mengaplikasikan konsep-konsep dakwah dalam tugasnya sebagai jurnalis, di antaranya menyampaikan kebenaran, dapat dipercaya, cerdas dan berwawasan luas. Tulisan-tulisan jurnalisme dakwah bukanlah tulisan-tulisan yang berisi provokasi dan tidak berorientasi uang.

Beberapa langkah jurnalisme dakwah dalam mencegah terjadinya korupsi adalah: Mengingatkan untuk selalu bersikap *Qana'ah,* (rela dan menerima pemberian Allah swt.) adalah sikap yang sangat dibutuhkan oleh setiap insan. Sikap *qona'ah* ini seharusnya dimiliki oleh orang yang kaya maupun orang miskin. Tidak iri melihat apa yang ada di tangan orang lain, tidak tamak terhadap apa yang dimiliki manusia, serta tidak rakus mencari harta benda dengan menghalalkan semua cara. Sehingga dengan semua itu akan melahirkan rasa puas dengan apa yang sekedar dibutuhkan. Sikap *qona'ah* inilah yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. ketika awal-awal Islam disebarkan di Mekah dan Madinah.

Dengan kemampuan kejurnalistikan yang dimiliki, melalui konsep jurnalisme dakwah, para jurnalis juga dapat menyampaikan pesan-pesan atau informasi mengenai kerelaan dalam menerima pemberiaan Allah SWT sehingga hasutan iblis untuk melakukan tindak pidana korupsi oleh para pejabat dapat dinetralisir dengan pesan-pesan kerohanian sebagai fondasi dalam bertindak dan menjalankan tugas.

Seorang jurnalis memiliki kewajiban menyampaikan sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat. Seiring perkembangan zaman, tantangan untuk para jurnalis semakin menantang. Jurnalis bahkan bisa saja menjadi bagian dari tindak korupsi oleh para pejabat. Seperti diketahui, jurnalis salah satu pihak yang memiliki kedekatan dengan para pejabat. Ketempilan jurnalistik yang diintegrasikan dengan konsep-konsep dakwah tidak akan hanya sekadar penyampaian informasi saja tetapi juga berisi pencerahan yang edukatif.

Dalam mencegah tindak korupsi, jurnalis dakwah selalu merujuk pada perilaku-perilaku yang patut dicontoh, mencegah kebathilan, menggembirakan dan tidak menyulitkan.

Orientasi jurnalisme dakwah harus lebih mengedepankan perbaikan kualitas dunia pers dibandingkan dengan keuntungan media semata. Jurnalisme dakwah menjadi inovasi terbaru dunia jurnalistik yang jauh dari penyimpangan-penyimpangan atas relasi yang terjalin dengan para pejabat.

Beberapa yang terabaikan dalam kegiatan jurnalistik adalah berita pesanan, berita yang tidak berimbang, berita yang lebih banyak kontroversi dibanding nilai informatifnya dan sebagainya. Dimensi pokok jurnalisme dakwah yang terabaikan tersebut adalah pengembangan jurnalistik yang mengacuh pada konsep-konsep dakwah yang cenderung mengacu pada pencerahan dan penyampaian pesan-pesan kebenaran dan menggembirakan. Keterbelakangan, ketertinggalan dan keterpinggiran jurnalisme dakwah dalam pengaplikasiannya pada perusahaan-perusahaan media tidak dapat dipungkiri. Namun, dengan konsep ideal pengembangan jurnalisme dakwah maka perkembangan jurnalisme dakwah ke depan tidak dapat dipandang sebelah mata. Itulah mengapa jika jurnalisme dakwah ini dijalankan oleh para jurnalis saat ini, maka tindakan-tindakan menyimpang seperti korupsi tidak menutup kemungkinan dapat dicegah oleh campur tangan jurnalis dakwah yang jujur, amanah dan dapat dipercaya.

Jurnalisme dakwah juga dituntut lebih peka terhadap tanda-tanda penyimpangan yang ada di sekitarnya. Dengan begitu, setiap tanda-tanda penyimpangan yang diidentifikasi dapat terlebih dahulu dicegah sebelum terjadi. Pencegahan tersebut dapat dilakukan dengan strategi jurnalisme dakwah melalui pendekatan-pendekatan dakwah yang tepat sasaran memberikan stimulan sehingga usaha yang dilakukan jurnalisme dakwah cepat dan tepat sasaran.

Saat ini jurnalis tidak hanya bertanggungjawab hanya sekadar menyampaikan informasi semata. Dengan hadirnya konsep jurnalisme dakwah, para jurnalis memiliki andil dalam pencegahan tindakan korupsi oleh pejabat. Melalui misi tulisan pencerahan, informasi kebenaran, motivasi dan kabar menggembirakan. Melalui konsep jurnalisme dakwah, jurnalis harus menjalankan tugas-tugas kejurnalistikannya secara amanah, penuh kebenaran, jujur dan dapat dipercaya. Tantangan jurnalis saat ini memang sangat berat. Di samping peluangnya sebagai bagian dari tindakan korupsi bersama pejabat, juga berita-berita kontroversi yang hanya sekadar berorientasi uang saja. Oleh karena itu, jurnalisme dakwah diharapkan dapat mewujudkan lahirnya jurnalis-jurnalis yang menjalankan tugas secara islami. Artinya, bukan semata-mata hanya dilakukan oleh orang yang beragama Islam, tetapi maksudnya adalah menjalankan konsep-konsep jurnalisme dakwah walaupun tidak beragama Islam.

E. Jurnalistik Dakwah Dalam Kemasan Beragam Media Di Indonesia

1. Dakwah Digital

Kemajuan teknologi komunikasi telah melunturkan batas-batas teritorial dan kontak fisik yang digantikan dengan tautan digital. Kemajuan teknologi juga memberikan kemudahan bagi manusia dalam menjalani kehidupan. Namun tidak menutup kemungkinan, di balik kemudahan-kemudahan tersebut juga mengakibatkan dampak serius bagi manusia khususnya pada generasi muda, misalnya keseringan menggunakan media sosial berakibat pada munculnya sifat malas belajar, kurangnya sosialisasi dan kepekaan terhadap lingkungan sekitar, intoleran, individualistis, dan kurang sopan dalam tutur kata, hal ini dikarenakan kurangnya adab serta wawasan dalam bersosial media yang baik. Di samping itu media sosial juga mampu

mengganggu pandangan kita dalam moderasi beragama dengan beredarnya konten-konten propaganda dan ujaran kebencian.

Liliweri (2005) dalam Hamdi, et all (2020) mengungkapkan bahwa salah satu faktor penyebab terjadinya konflik antar dan *intern* umat beragama adalah karena kurangnya pemahaman dan acuhnya umat agama atau kelompok agama tertentu untuk dapat memahami tentang umat agama atau kelompok agama yang lain yang berbeda ideologi. Dari itu, moderasi beragama menjadi harapan dalam mengatasi masalah keagamaan dan pluralisme masyarakat guna mewujudkan kehidupan yang harmonis dan toleransi antar sesama. Oleh karena itu, generasi muda sebagai penerus bangsa dan agama perlu untuk diberikan pemahaman apa itu moderasi beragama dan tujuannya. Uraian singkat di atas menjelaskan adanya harapan pada generasi muda dalam memahami kehidupan beragama dan menggunakan serta memanfaatkan medias sosial dengan penuh tanggung jawab. Pemanfaatan media sosial ini sebagai upaya dalam memberikan solusi Islam terhadap berbagai problem kehidupan generasi muda, dakwah dijelaskan dengan definisi yang dikemukakan oleh Syekh al-Baby al-Khuli bahwa upaya memindahkan manusia dari suatu situasi kesituasi yang lebih baik. Pemindahan situasi ini mengandung makna yang sangat luas, mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, pemindahan dari situasi kemiskinan kepada situasi kehidupan yang layak, dari situasi keterbelakangan kesituasi kemajuan dan dari situasi kebodohan kepada situasi keilmuan,

Untuk mengatasi problematika generasi muda yang melingkupi kehidupannya, maka diperlukan suatu metode dakwah untuk meminimalisir problematika tersebut, agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan yang akan merusak dirinya maupun orang lain. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara aktual,faktual, dan kontekstual.

Melihat dampak serius yang terjadi diatas mensyaratkan bahwa para *da'i* dituntut memiliki kemampuan teknis penggunaan internet yang mumpuni untuk menyajikan materi dakwah yang menarik melalui perangkat digital, khususnya di kalangan pemuda. Terlebih banyak pihak yang berdakwah mengatasnamakan Islam tetapi kenyataannya menyebarkan informasi hoax berujung pada rusaknya generasi muda dan pecahnya umat Islam melalui penanaman ideologi liberal, sekularisme dan semacamnya.

Keakraban generasi muda dengan Gadget dan media sosial membuka peluang yang besar bagi para *da'i* dalam berdakwah dan mengembangkan konten-konten dakwah yang sesuai masa kini. Di era modern dakwah diartikan sebagai bentuk dakwah yang pelaksanaan, materi, strategi dan metode nya sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern singkatnya dahulu dakwah dilakukan secara konvensional sekarang juga dapat dilakukan secara digital. Misalnya tentang pemahaman akan moderasi beragama bagi pemuda yang merupakan inti dari agama Islam. Moderasi beragama sendiri dianggap sebagai cara pandang yang berada di tengah-tengah, adil dan tidak ekstrim.

Merespon akan pentingnya pemahaman moderasi beragama, maka pemuda sebagai generasi penerus harus dididik, dan diberikan pemahaman akan moderasi agama dan selanjutnya diajarkan bagaimana menyebarkannya dan memberikan edukasi kepada sesama pemuda dan masyarakat pada umumnya. Bentuk upaya tersebut adalah dengan diadakannya pelatihan pembuatan konten dakwah digital. Bentuk upaya tersebut salah satunya adalah dengan diadakannya pelatihan pembuatan konten dakwah berbasis digital. Mengapa memilih pelatihan konten dakwah berbasis digital? tentunya dikarenakan mudahnya akses dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi serta komunikasi yang menjadi alasan mengapa memilih berdakwah melalui

digital, namun harus tetap memperhatikan rambu-rambu dakwah dalam dunia digital.

Uraian di atas menjadi dasar bahwa pelatihan dakwah digital bagi pemuda adalah sesuatu yang penting. Maka diharapkan kalangan pemuda bisa menjadi pelopor sejak dini kemudian di masa depan, menghasilkan pelajar yang memiliki kompetensi dan menjiwai ajaran Islam dalam kehidupannya serta memahami komunikasi dakwah agar dakwahnya berjalan dengan efektif.

Menurut Qardhawani esensi dakwah adalah bermakna membangun gerakan yang akan membawa manusia ke jalan Islam meliputi aqidah dan syariah, dunia dan negra, mental dan kekuatan fisik, perdaban dan umat, kebudayaan dan politik serta jihad menegakkannya di kalangan umat Islam sendiri, agar terjadi sinkronisasi antara realitas kehidupan muslim dengan aqidahnya. Di dalam dakwah terdapat jalan atau cara yang dipakai untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Saat menyampaikan pesan dakwah, metode sangat berperan penting, misalnya walaupun baik tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan.

Macam-macam metode dakwah jika dikelompokkan, metode berpijak pada dua aktivitas yaitu tulisan dan badan atau lisan. Aktivitas lisan dalam menyampaikan pesan dapat berupa: pertama, metode ceramah. Metode yang dilakukan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, penjelasan, tentang sesuatu masalah dihadapan orang banyak. Kedua, metode diskusi. Metode dalam arti mempelajari atau menyampaikan bahan dengan jalan mendiskusikan sehingga menimbulkan pengertian serta perubahan kepada masing-masing pihak sebagai penerima dakwah. Ketiga, metode tanya jawab. Metode yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai sesuai

materi dakwah. Keempat, metode konseling yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang terdiri dari konselor sebagai pendakwah dan jamaah sebagai mitra dakwah. Kelima, metode propaganda yang bertujuan untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk, tetapi bukan bersifat otoritatif (paksaan). Selain itu juga bisa dalam bentuk petuah, nasehat, wasiat, ta'lim, peringatan, dan lain-lain.

Aktivitas tulisan berupa penyampaian pesan dakwah melalui berbagai media massa cetak (buku, majalah, koran, pamflet, dan lain-lain). Aktivitas badan dapat berupa berbagai aksi amal sholeh, contohnya tolong menolong melalui materi, lingkungan, penataan, organisasi atau lembaga-lembaga keislaman. Media dalam penyampaian pesan dakwah di era global identik dengan keterlibatan teknologi maka dari itu, penerimaan teknologi sebagai media dakwah sangat berperan penting.

Penerimaan teknologi menunjukkan bahwa penerimaan teknologi dapat diperkirakan dengan kemudahan penggunaan dan kegunaan. Teknologi memfasilitasi kondisi yang mengarah pada kepercayaan individu terhadap lingkungan atau informasi sebagai sumber daya yang baik untuk meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Ada banyak variabel yang digunakan dalam TAM. Salah satunya adalah norma subjektif pengaruh sosial. Ini berarti persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir dia harus atau tidak harus melakukan perilaku yang bersangkutan. Dua faktor yang akan memperkirakan penerimaan teknologi (dengan kemudahan penggunaan dan kegunaan) ditentukan persepsi yang mengarah pada niat untuk mengadopsi sistem baru.

Teknologi informasi berkembang sangat pesat dari waktu ke waktu. Karakteristik masyarakat saat ini, dekat dengan teknologi, termasuk internet. Banyak aplikasi yang dikembangkan untuk memudahkan kehidupan manusia. Berbagai aplikasi dikembangkan oleh perusahaan untuk

meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Orang-orang dapat mengunduh aplikasi secara gratis dan menggunakannya di perangkat mereka masing-masing.

Generasi muda yang hidup dalam keadaan dunia sudah ramah internet dan bergelimang teknologi membuat otoritas pemerintah serta paradigma agama tidak memiliki kuasa penuh dalam mengontrol pikiran masyarakat. Pasalnya, seseorang dapat mengakses informasi dan pengetahuan dengan cepat dan mudah melalui '*search engine*' atau media sosial. Kenyataannya, masyarakat yang tidak beragama di banyak negara tidak semakin surut, justru atheisme semakin berkembang pesat di seluruh belahan dunia. Negara-negara komunis dan liberal yang identik dengan ateis akan terlihat kehidupan yang hedonis dan melegalkan hal-hal yang dilarang agama. Arab Saudi, diperkirakan ada 5% penduduk mengaku Atheis atau menentang ide-ide ketuhanan, presentase tersebut sama dengan jumlah penganut Atheis di Amerika Serikat. Menurut Ketua Umum PP Muslimat NU Khofifah Indar Parawansa, maraknya ateisme di negara-negara Timur Tengah disebabkan oleh aksi radikal, ekstrimisme, dan terorisme yang mengatasnakan agama. Sedangkan agama pada dasarnya mengajarkan kebaikan dan perdamaian. Maka, penting bagi generasi muda memahami dan mempraktikkan makna agama secara benar.

Setelah Kemudian, mengimplementasikan nilai-nilai pancasila, Undang-undang Dasar 1945, NKRI dan Bhineka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga terciptanya suasana aman dan damai sesuai konsep agama Rahmatan Lil Alamin yaitu memberikan manfaat dan kasih sayang kepada alam, membuka ruang kebebasan berpendapat, serta mengenal dan menghargai keragaman.

Menurut Habib Muhsin, Dakwah adalah sebuah proses penyampaian informasi tentang ajaran Islam dengan tujuan merubah sikap dan tingkah laku seseorang agar lebih positif. Dimensi perubahan ke arah kemajuan atau positif adalah

karakteristik dasar yang semestinya menjadi acuan dalam kajian dakwah. Mengingat, jika dahulu dakwah Islam dilakukan secara sederhana dengan mendatangi rumah ke rumah untuk memberikan materi pendidikan Islam, saat ini aktivitas dakwah dilakukan dengan beragam metode, strategi, dan media. Dengan kemajuan dan kecangihan alat-alat serta media komunikasi yang ada, sekarang konten dakwah generasi muda harus banyak unsur virtualnya.

Generasi muda yang bergantung pada teknologi dan masif menggunakan laptop, iPad, smartphone, TV, dsb tiap harinya menjadikan media sosial sebagai bagian sangat penting dalam koneksi sosial. Mereka lebih banyak meghabiskan waktunya dalam sehari bersama perangkat teknologi digital dan beragam aplikasi daripada dengan teman atau anggota keluarga. Inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa komunitas atau grub keagamaan untuk menyebarkan dakwah melalui media sosial, seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram atau Telegram. Dakwah akan lebih menarik apabila melalui media sosial tetapi juga berpedoman pada konsep Islam Rahmatan Lil Alamin. Selain media sosial, maraknya hiburan yang mengandung unsur keagamaan, seperti sinetron Islami, film islami, musik islami, dan novel islami mengakibatkan penyampaian pesan dan dakwah berkembang dengan pesat dan dinamis. Misalnya kemunculan grub musik Bimbo pada tahun 1980-an; booming film Ayat-Ayat Cinta, Perempuan Berkalung Sorban, Mencari Hilal, 99 Cahaya di Langit Eropa, hingga Surga yang Tak Dirindukan. Selain itu, beberapa kyai atau dai yang sangat melek teknologi seperti K.H. Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus) menjadi salah satu yang digandrungi saat ini karena konten yang dibagikan selalu dikemas dengan ringan.

Kemajuan teknologi diharapkan tidak mengakibatkan masyarakat terpecah belah dan tidak setara karena telah banyak penindasan baik dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial keagamaan. Teknologi informasi juga mendorong kelompok

garis keras untuk memperluas jaringan untuk memobilisasi individu-individu melakukan kejahatan baik online maupun *offline.*

Selain itu, metode penyampaian materi dengan memasuki psikologi seseorang juga diperlukan. Misalnya mereduksi kata kata dari sebuah film yang sedang viral. Karena dakwah berkembang dengan cepat, yang selama ini dilakukan dengan metode pendekatan ceramah atau tablig atau komunikasi satu arah atau pengajian taklim menjadi komunikasi dua arah.

Tidak hanya ceramah, konten dakwah generasi muda harus banyak unsur virtualnya. Misalnya, quote, meme, komik skrip, infografis, dan video seiring dengan tren vlog. Kini media sosial digunakan oleh sebagian besar pengguna muda untuk menonton video dibandingkan untuk bersosialisasi. Dengan begitu, peluang bagi portal media Islam harus menyajikan dakwah dalam bentuk yang menarik. Konten-konten dakwah kreatif dan kekinian yang disampaikan melalui media digital dikenal sebagai dakwah digital.

Internet menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan teknologi, membuat perubahan pada aspek sosial meningkat. Tak terkecuali dengan proses dakwah digital sebagai bentuk dakwah yang di lakukan melalui *platform* digital yang memuat pesan verbal atau nonverbal. Sifat pesan dapat dibedakan jadi tiga yaitu Informatif, persuasif, dan koersif. Pesan bersifat informatif karena hanya memberikan informasi. Persuasif memuat bujukan untuk menggugah pengertian dan kesadaran seseorang, sedangkan koersif berisikan perintah, aturan, anjuran, instruksi dan lain-lain. Agar pesan mudah diterima dan dimengerti seorang pendakwah harus mampu mengelola komunikasi dakwah dengan baik.

Hasil survei nasional PPIM UIN Jakarta di tahun 2017 menunjukkan bahwa internet berpengaruh besar terhadap meningkatnya intoleransi pada generasi millennial atau generasi

Z. Siswa dan mahasiswa yang tidak memiliki akses internet lebih memiliki sikap moderat dibandingkan mereka yang memiliki akses internet. Padahal mereka yang memiliki akses internet sangat besar, yaitu sebanyak 84,94%, sisanya 15,06% siswa/mahasiswa tidak memiliki akses internet. Rupanya generasi millennial lebih mengandalkan dunia maya sebagai sumber belajar agama. Sebanyak 54,37% siswa dan mahasiswa belajar pengetahuan tentang agama dari internet, baik itu media sosial, blog, maupun *website*.

Dari survey di atas, dapat dipahami bahwa dampak menyebarkan ujaran kebencian dan hoax, selain berdampak pada tindakan pidana juga dapat merusak tatanan masyarakat khususnya dalam hal moderasi beragama. Oleh karena itu, Para pemuda sebagai pendakwah harus mampu menyusun konten dakwah yang menarik, inovatif dan kreatif serta tetap mengindahkan kaidah-kaidah dalam bermedia sosial seperti ketika menerima informasi harus di cek terlebih dahulu sumber, kebenaran, waktu dan lokasi. Langkah tersebut sangat penting dilakukan sebagai antisipasi beredarnya informasi ujaran kebencian serta hoax.

Dakwah merupakan usaha peningkatan peradaban baru bagi manusia. Jika kita memperhatikan media sosial saat ini, banyak ditemukan berita yang tidak bisa dipertanggungjawabkan keabsahannya. Parahnya lagi, orang-orang yang tidak menyaring informasi tersebut langsung menyebarkan dan menjadi konsumsi orang banyak. Sehingga hal ini menjadi penting untuk dicarikan solusinya. Apalagi berkaitan dengan keagamaan. Peran pemuda dalam menyampaikan dakwah melalui flatform digital sangat meminimalisir adanya pemberian berita-berita yang tidak jelas. Sehingga pemuda harus dilatih dan dibina dalam pembuatan konten dakwah digital. Bagaimana peran teknologi yang penting ini, pernah diramalkan oleh Harbert Marshall McLuhan tahun 1962 mengatakan ketergantungan elektronik yang akan

membuat tatanan hidup baru yang mengabaikan kehidupan sosial lainnya seperti politik, budaya, geografis dan komunikasi. Sehingga munculnya internet menjadikan kehidupan keagamaan bergantung pada internet.

Di era ini, semua akses dapat secara cepat di dapatkan atau dijangkau. Sehingga pada pemakaian media sosial cepat dijangkau, maka pendakwah saat ini sangat efektif untuk menggunakan media sosial untuk menyampaikan dakwahnya. Saat ini, memang perlu menggunakan sarana media untuk menyampaikan dakwah, sebab selama ini yang digunakan hanya dakwah *bil kitabah* ataupun *bil qalam*. Maka dari itu, untuk meminimalisir banyaknya penyimpangan keagamaan dibutuhkan dakwah yang benar-benar paham terhadap nilai ajaran Islam. Sehingga perlu memahamkan masyarakat tentang pentingnya peran media dalam menyampaikan dakwah tersebut. Melihat perkembangan yang tiap hari makin padatnya penggunaan internet ataupun media untuk menyebarkan dakwah sangatlah efektif dan menguntungkan khalayak banyak

Pentingnya media, maka perlu adanya pembinaan pemuda dalam untuk menjadi bagian dari moderasi beragama pada media sosial. Dengan dakwah menggunakan media sangat strategis dalam upaya penyampaian pesan dakwah yang lebih terpercaya. Media yang selama ini kita kenal sebagai alat yang mempermudah mendapatkan informasi, perlu di ubah menjadi tempat yang bisa memberikan perubahan pada masyarakat luas. Karena saat ini, banyak berita yang sampai kepada masyarakat yang memprovokasi dengan isu sara, sehingga konflik di masyarakat sangat besar sekali kemungkinannya terjadi. Ini disebabkan pengaruh media yang tidak lagi terkontrol dengan banyaknya berita yang tidak jelas sumbernya. Peran millennial juga sangat dibutuhkan dalam membuat konten dakwah, apalagi milennial sangat familiar dengan media dan internet.

Hal ini sangat penting, mengingat moderasi beragama merupakan salah satu bagian penting terciptanya toleransi dan

kerukunan di masyarakat. Sehingga media saat ini, dan semua masyarakat khususnya kalangan pemuda untuk memberikan informasi bagi terciptanya suasana yang mampu menjaga kesatuan umat. Hal ini juga penting mengingat banyaknya kasus keagamaan yang meningkat akibat pemahaman media. Maka para pendakwah di media sosial harus melihat ruang publik di era digital. Moderasi beragama dibutuhkan saat ini, disebabkan karena banyaknya kelompok ekstremisme, radikalisme, serta banyaknya ujaran kebencian di media sosial yang bisa membuat perpecahan di kalangan masyarakat. Pada perkembangan teknologi ini, tentunya dakwah dalam media selalu menjadi aktivitas yang selalu dilakukan. Media sosial menjadi satu-satunya pengamalan moderasi beragama.

Tidak bisa dipungkiri, perkembangan zaman membuat seluruh aktifitas harus bersentuhan dengan media sosial. Hampir rata-rata masyarakat sekarang memiliki media sosial untuk memberikan informasi. Maka inilah yang kemudian, harus kita manfaatkan untuk perbaikan dalam mendakwakan Islam. Apalagi dalam beberapa tahun ini, isu agama semakin menjadi seksi dibicarakan di dunia maya. Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia harus menjadi penyeru moderasi beragama di Indonesia. (Sutrisno, 2019: 326). Dengan melalui media digital seruan moderasi beragama perlu dilintangkan lagi narasi moderasi. Dalam hal ini, moderasi perlu adanya keseimbangan dan adil. Karena tanpa keseimbangan dan keadilan moderasi juga tidak akan efektif. Sehingga media sosial, perlunya generasi muda yang menggerakkan media yang seimbang dalam dakwah. Khususnya pemuda Islam yang selama ini, menjadi bagian dari dakwah yang harus dilakukan secara terstruktur. Moderasi beragama ialah bagian terpenting dari ajaran Islam.

Islam yang moderat dalam hal ini perlu di kampanyekan pada media sosial, untuk menjaga keseimbangan dan keadilan dalam berdakwah. Islam juga perlu menjadi penengah dari

semua masalah keagamaan. Peluang dari dakwah digital ini sangat besar untuk memberikan perubahan dan pemahaman beragama pada semua orang. Tentunya dakwah melalui digital banyak memiliki manfaat diantaranya mampu menembus segala ruang dan waktu dengan cepat, setiap tahun mengalami peningkatan pengguna, sehingga kemungkinan besarnya dalam melihat dakwah di media sosial itu sangat besar, ulama dan para dai dapat menjadi bagian dari pemberian materi dakwah digital, serta paling penting dakwah digital mampu menjangkau semua kalangan. Dalam dakwah digital sebagai bagian dari usaha moderasi beragama akan lebih variatif, karena bantuan teknologi yang sangat pesat perkembangannya.

2. Fenomena Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Media sosial menurut Van Dijk adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional meupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan

pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.

Dari beberapa definisi diatas mengenai media sosial dapat disimpulkan media sosial adalah medium di internet yang dimanfaatkan untuk proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi *online* yang dapat digunakan melalui *smartphone*.

Fenomena munculnya banyak situs media sosial menguntungkan banyak orang dari berbagai belahan dunia untuk berinteraksi dengan mudah dan dengan ongkos yang murah ketimbang memakai telepon. Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Dalam artikelnya berjudul "*User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*" di Majalah Business Horizons (2010), Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut para ahli media sosial tersebut, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

Pertama, proyek kolaborasi *website*, di mana penggunanya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti Wikipedia. Kedua, blog dan microblog, di mana pengguna mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter. Ketiga, konten atau isi, di mana para pengguna di *website* ini saling

membagikan kontenkonten multimedia, seperti e-book, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan Youtube. Keempat, situs jejaring sosial, di mana pengguna memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook*. Kelima, virtual *game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatar sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti game *online*. Keenam, virtual *social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. Virtual *social world* ini tidak jauh berbeda dengan virtual *game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *second life*.

Muatan tentang media sosial di atas maka ciri-ciri media sosial adalah sebagai berikut :

a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu;
b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat;
c. Isi disampaikan secara *online* dan langsung;
d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna;
e. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri;
f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

Tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media

konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain.

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audiens (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audiens (*many to many*).
c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial :

a. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.

b. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Bermacam aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, Rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.
c. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunanya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.
d. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran. Media sosial bermanfaat untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi,

tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

3. Perkembangan dan Forcast Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dihimpun Katadata.co.id menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode tahun 2018-2023. Pada tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan 2018, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan mencapai 150 juta pengguna. Statistik juga menyebutkan kegiatan online yang 142ocial142 di Indonesia adalah media 142ocial dan perpesanan seluler. Adapun jejaring 142ocial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, dengan jumlah pengguna mencapai 48% populasi. Indonesia juga merupakan salah satu pasar terkuat untuk aplikasi perpesanan LINE.

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa. bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen. Peningkatan penetrasi ini masih didorong oleh penggunaan internet yang kian jadi kebutuhan masyarakat, khususnya semenjak pandemi Covid-19 pada 2020.

Laporan We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 lebih tinggi 3,85% dibanding setahun lalu. Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 205 juta jiwa. Melihat trennya, jumlah pengguna internet di Indonesia terus tumbuh setiap tahun. Adapun, lonjakan pengguna intetnet di dalam negeri terjadi pada 2017. Lebih lanjut, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya. Selain itu, 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Meski demikian, Indonesia menjadi salah satu negara yang banyak penduduknya belum terkoneksi internet. We Are Social mencatat, ada 63,5 juta penduduk di tanah air yang belum terkoneksi internet pada awal 2023. Jumlah itu menjadi yang terbesar kedelapan di dunia. Posisi pertama ditempati oleh India dengan 730 juta penduduk belum terkoneksi internet.

Laporan We Are Social menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Jumlah pengguna aktif media sosial pada Januari 2023 mengalami penurunan 12,57% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 191 juta jiwa. Penurunan itu pun menjadi yang pertama kali terjadi dalam satu dekade terakhir. Namun, kondisi itu terjadi karena sumber yang digunakan We Are Social pada Januari 2023 telah membuat revisi penting. Penyesuaian tersebut membuat data terbaru tak sebanding dengan angka pada tahun-tahun sebelumnya. Adapun, waktu yang dihabiskan bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia. Lebih lanjut, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023. Berbeda dengan media sosial, jumlah

pengguna internet pada awal tahun ini masih lebih tinggi 3,85% dibanding pada periode yang sama tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, 98,3% pengguna internet di Indonesia menggunakan telepon genggam. Selain itu, rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap harinya.

Dari data di atas, dan laporan dari We Are Social, rata-rata waktu yang dihabiskan penduduk di dunia ketika menggunakan internet setiap harinya selama 397 menit atau 6 jam 37 menit pada kuartal III/2022. Durasi tersebut turun 4,80% dibandingkan setahun sebelumnya yang selama 6 jam 57 menit per hari. Secara tren, rata-rata durasi orang untuk menggunakan internet cenderung berfluktuasi. Waktu penggunaan internet mencapai batas tertingginya pada awal pandemi Covid-19. Adapun, Afrika Selatan menjadi negara dengan durasi penggunaan internet paling lama di dunia, yakni 9 jam 38 menit per hari. Posisinya diikuti Brasil dengan durasi penggunaan internet selama 9 jam 32 menit per hari. Rata-rata durasi penggunaan internet di Filipina selama 9 jam 14 menit per hari. Setelahnya ada Argentina dengan durasi penggunaan internet selama 9 jam 1 menit.

Hal ini juga membawa dampak nantinya dalam jurnalistik Islam, karena pemanfaatan internet engan beragam medianya ini mempengaruhi efektivitas dakwah atau penyampaian pesan yang diharapkan goalnya.

4. Jurnalistik Islam di Era Media Sosial

Perkembangan media sosial memudahkan masyarakat bertukar informasi, berjejaring serta membuka berbagai peluang bisnis. Namun, media sosial juga membuat penyebaran berita bohong atau hoax semakin hari semakin meningkat. Data dari Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mengungkapkan ada 800.000 situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar informasi palsu.

Ketua Satuan Tugas Multimedia Divisi Humas Mabes Polri Komisaris Besar Sulistyo Pudjo mengutip hasil penelitian pakar teknologi informasi Pratama Persada menyebutkan, informasi hoax sudah mencakup 60 persen dari konten media sosial di Indonesia. Informasi palsu, bohong atau pelintiran yang dimaksud terdiri dari gradasi kandungan informasi bohong yang bervariasi, baik 100 persen, 60 persen, atau 50 persen.

Informasi palsu yang disebarkan di ruang digital cukup beragam. Mulai bidang politik, kesehatan, sosial ataupun keamanan dan ketertiban. Hal ini bisa menimbulkan kebingungan atau bahkan menyesatkan di kalangan masyarakat. Dalam perspektif konstruktivis, realitas sosial tidak terlepas dari konstruksi pemikiran. Dengan begitu, informasi palsu yang terus menerus memapar masyarakat lama-lama akan dianggap sebagai realitas. Dampak lebih jauh, muncul pula kekhawatiran informasi hoax bisa mengganggu kohesi sosial bangsa Indonesia

Hoax umumnya disebar menggunakan teks atau gambar yang menggiring kesimpulan pembaca untuk meyakini sesuatu. Sebuah peristiwa yang benar-benar terjadi sering kali juga ditunggangi oleh kabar bohong melalui penggunaan gambar atau video yang konteksnya tidak terkait sama sekali. Atau sebuah rekaman peristiwa yang sudah lama terjadi dibungkus oleh narasi seolah baru saja berlangsung.

Motivasi menyebarkan hoax pun beragam, mulai dari sekadar iseng demi lelucon semata hingga menebarkan kerisauan atau memprovokasi demi agenda politik. Beredar melalui media sosial maupun layanan perpesanan yang terpasang sebagai aplikasi di gawai, hoax pun tidak bisa dipisahkan dari mayoritas masyarakat Indonesia yang sudah akrab dengan perangkat seperti ponsel pintar atau sabak elektronik.

Penelitian Swati Bute dalam *The Role of Social Media in Mobilizing People for Riots and Revolutions*, menggambarkan

bagaimana kerusuhan di Assam (2012) dan Muzaffarpur (2013) dipicu informasi palsu di media sosial. Bahkan Lingkaran setan hoax juga menimpa kalangan wartawan. Ironisnya, mayoritas wartawan masa kini ternyata memilih jalan paling mudah untuk menulis, menemukan ide berita, sekaligus memverifikasi sebuah fakta hanya dengan mengandalkan sumber media sosial. *Indonesian Journalist Technographics Report 2012-2013* dengan sampel 362 jurnalis merilis sosial media bahkan menjadi rujukan bagi jurnalis memeroleh ide berita sebanyak 85 persen.

Apa penyebab masifnya hoax? Inisiator Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Hoax, Septiaji Eko Nugroho menilai, rendahnya kesadaran literasi menjadi salah satu faktor pendorong masifnya peredaran kabar bohong atau hoax. Dengan budaya baca yang rendah, masyarakat menelan informasi secara instan tanpa berupaya mencerna utuh. Bangsa Indonesia, bagi dia, adalah bukan bangsa pembaca tetapi bangsa "ngerumpi". Informasi yang diterima langsung diyakini sebagai sebuah kebenaran, lalu berupaya membagi informasi tersebut kepada orang lain.

Hal tersebut relevan dengan catatan UNESCO (Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-bangsa). Indeks membaca bangsa Indonesia menurut UNESCO (2012) hanya 0,001. Artinya, di antara 1.000 orang, hanya satu orang yang membaca secara serius. Demikian pula catatan survey *Most Literated Nation in The World* (2015) menempatkan Indonesia pada peringkat ke-60 dari 61 negara. Namun, dosen Filsafat Universitas Indonesia, Tommy F Awuy meluruskan bahwa penyebaran berita bohong kadang tidak selalu relevan dengan tingkat literasi. Sejumlah grup media sosial tertentu juga dihuni oleh orang dengan tingkat literasi yang memadai.

F. Strategi Jurnalistik Dakwah Pada Kalangan Milenial Di Era Modernisasi

1. Komunikasi Dakwah dan Kalangan Milenial

Memasuki era modern saat ini definsi dan pemahaman masyarakat tentang dakwah mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup penting. Dakwah tidak hanya dipahami sebagai upaya penyampaian ajaran Islam melalui pengajian, khutbah Jumat, ceramah di atas mimbar, dan sejenisnya akan tetapi pemahaman dakwah lebih dari sekedar itu. Pemahaman dakwah bukanlah pemahaman konvensional berupa rutinitas spiritual yang kolektif, melainkan dakwah juga bisa berupa tindakan pemberian santunan kepada panti asuhan, mengentaskan kemiskinan, penanggulangan bencana dan berbagai aktivitas kemanusiaan lainnya.

Perkembangan zaman menimbulkan dampak munculnya berbagai persoalan menjadi lebih kompleks. Sebaliknya pelaksanaan kegiatan dakwah tampak belum ada perkembangan yang berarti, semisal upaya perombakan atau redefenisi fungsi. Yang kita lihat sekarang adalah semacam penyegaran terhadap fungsi dakwah. Alasannya, karena perkembangan zaman makin melahirkan keanekaragaman sasaran dakwah. Milenial sebagai kekuatan yang seharusnya menjadi penggerak perubahan sosial secara positif, dakwah seolah tidak sanggup menghidupkan nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat secara produktif. Padahal secara sosiologis, dakwah pada dasarnya dimaksudkan untuk menghidupkan fungsi-fungsi sosial yang tumbuh dan berkembang di masyarakat.

Karena itu adanya pranata sosial seperti hukum, politik, ekonomi, pendidikan, budaya dan bahkan agama, idealnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, bukan malah sebaliknya, melahirkan berbagai mudarat bagi kehidupan. Dalam keadaan seperti itu, komunikasi dakwah terhadap kaum milenial diharapkan dapat menawarkan solusi sebagai upaya

produktif dalam melakukan rekayasa individu dan masyarakat melalui proses transformasi nilai-nilai sesuai dengan pesan-pesan ajaran Islam. Dalam mewujudkan nilai-nilai komunikasi dakwah tersebut, komunikator atau *da'i* harus memiliki konsep dan metode dalam mengkomunikasikan dakwah kepada masyarakat milenial. Dalam proses dakwah pastinya menggunakan metode, tetapi metode tersebut harusnya disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Untuk itu dipertimbangkan metode yang akan digunakan dan cara penerapannya, karena sukses dan tidaknya suatu program dakwah sering dinilai dari segi metode yang digunakan. Hal ini disebabkan masalah yang dihadapi oleh dakwah semakin berkembang dan kompleks, sehingga metode yang berhasil di suatu tempat tidak dapat dijadikan tolak ukur untuk daerah lain.

Dakwah dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.

Komunikasi sendiri adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Komunikasi adalah sesuatu yang urgen dalam umat manusia. Oleh karenanya, kedudukan komunikasi dalam Islam mendapat tekanan yang cukup kuat bagi manusia sebagai anggota masyarakat dan sebagai makhluk Tuhan. Terekam dengan jelas bahwa Tindakan komunikasi tidak hanya dilakukan terhadap sesama manusia dan lingkungan hidupnya saja, melainkan juga dengan Tuhannya. Dalam Al-Qur'an terdapat banyak sekali ayat yang menggambarkan tentang proses komunikasi. Salah satu di antaranya adalah dialog yang terjadi pertama kali antara Allah SW, malaikat, dan manusia. Dialog tersebut sekaligus menggambarkan salah satu potensi manusia yang

dianugerahkan Allah SWT kepada manusia, seperti yang terdapat pada Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 31-33

وَعَلَّمَ اٰدَمَ الْاَسْمَآءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلٰٓئِكَةِ فَقَالَ اَنْۢبِـُٔوْنِيْ بِاَسْمَآءِ هٰٓؤُلَآءِ اِنْ كُنْتُمْ صٰدِقِيْنَ قَالُوْا سُبْحٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَآ اِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا ۗ اِنَّكَ اَنْتَ الْعَلِيْمُ الْحَكِيْمُ قَالَ يٰٓاٰدَمُ اَنْۢبِئْهُمْ بِاَسْمَآئِهِمْ ۚ فَلَمَّآ اَنْۢبَاَهُمْ بِاَسْمَآئِهِمْ ۙ قَالَ اَلَمْ اَقُلْ لَّكُمْ اِنِّيْٓ اَعْلَمُ غَيْبَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ ۙ وَاَعْلَمُ مَا تُبْدُوْنَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُوْنَ

Dan Dia ajarkan kepada Adam nama-nama (benda) semuanya, kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat, seraya berfirman, "Sebutkan kepada-Ku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar!" Mereka menjawab, "Mahasuci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami. Sungguh, Engkaulah Yang Maha Mengetahui, Mahabijaksana." Dia (Allah) berfirman, "Wahai Adam! Beritahukanlah kepada mereka nama-nama itu!" Setelah dia (Adam) menyebutkan nama-namanya, Dia berfirman, "Bukankah telah Aku katakan kepadamu, bahwa Aku mengetahui rahasia langit dan bumi, dan Aku mengetahui apa yang kamu nyatakan dan apa yang kamu sembunyikan?" (QS. Al-Baqarah/2: 31-33).

Berdasarkan dari dua pengertian di atas, yakni "komunikasi dan dakwah", adalah kegiatan komunikasi, di mana *da'i* mengomunikasikan pesan dakwah kepada *mad'u*, baik secara perseorangan maupun kelompok. Secara teknis, dakwah adalah komunikasi *da'i* (komunikator) dan *mad'u* (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.

Untuk itu, jika menelaah pengertian komunikasi dakwah harus dikaji tidak secara atomestik dengan memilah-milah setiap komponen yang terlibat, tetapi harus ditelaah secara holistik, dengan melihat komponen antara yang satu dengan

komponen yang lain secara fungsional, di mana terdapat tujuan yang jelas yang akan dicapai. Komponen di sini yang menjadi komunikan adalah kaum milenial sebagai bagian dari masyarakat Indonesia.

Masyarakat atau generasi milenial adalah sekarang ini mereka yang berusia di antara 17-36 tahun. yang kini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orang tua muda. Kelompok atau generasi milenial merupakan inovator, karena mereka mencari, belajar dan bekerja dalam lingkungan inovasi yang sangat mengedepankan tekhnologi untuk melakukan perubahan di dalam berbagai aspek kehidupannya Kaum milenial adalah kaum yang memaknai semuanya dengan kemodernisasian. Secara etimologis terminologi modern berasal dari bahasa Latin "*moderna*" yang berarti sekarang, baru, atau saat ini. Atas dasar itu, manusia dikatakan modern sejauh kekinian menjadi pola kesadarannya. Dalam bahasa Indonesia, istilah modern sendiri adalah adjektif (kata sifat), di mana dalam gramatikal Indonesia sebuah adjektif apabila ditambahi dengan "isasi" berarti mempunyai makna proses, jadi modernisasi merupakan sebuah proses modern. Modernisasi juga bisa diartikan sebagai proses pergeseran sikap dan mentalitas sebagai warga masyarakat umtuk dapat hidup sesuai dengan tuntutan masa kini.

Memahami bagaimana seharusnya melakukan komunikasi dan dakwah pada kalangan milenial di era modernisasi tentunya berbicara strategi apa yang tepat dilakukan agar tujuan dakwah tercapai. Keberhasilan gerakan dakwah sangat ditentukan oleh kompetensi seorang *da'i*, yaitu sejumlah pemahaman, pengetahuan, penghayatan, dan perilaku serta keterampilan yang harus dimiliki oleh para *da'i*, baik kompetensi substantif maupun kompetensi metodologis. Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang

dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihadirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng. Oleh karena itu sebagai dai tentunya harus dibekali dengan pengetahuan akan Islam dan keahlian yang menunjang dalam bidang dakwah, yaitu pemanfaatan teknologi yang tepat guna untuk berdakwah, dalam hal ini teknologi informasi dan komunikasi.

2. Strategi Dakwah di Kalangan Milenial dalam Jurnalistik Dakwah

Peradaban semakin maju pada zaman modern ini, boleh kita sebut sebagai era
teknologi informasi yang canggih. John Naisbitt, mengungkapkan *"We are moving toword the capability to communicate anything to anyone, anywhere, anyfrom-voice, data, textor emage at the speed of light"(*kita sedang bergerak ke arah kemampuan berkomunikasi apa saja kepada siapa pun, di mana pun, berbentuk apa pun (baik itu) suara, data, tulisan atau gambar (citra) dengan (menggunakan kecepatan suara).

Hal ini juga berpengaruh terhadap dakwah Islamiyah, kita harus mampu berdialog, beradaptasi dengan kebudayaan modern dan secara aktif mengisinya. Hal ini hanya bisa dilakukan bila memahami arus modernisasi secara benar dan tidak tertinggal dengan informasi-informasi aktual dari manca negara. Futurolog John Naisbitt berpendapat, "*The new source oof power is not money in the hands of a few but information in the hands of money*" (kekuatan baru dewasa ini bukanlah harta karun di tangan segelintir manusia tapi jaringan informasi di tangan banyak manusia). Ungkapan tersebut merupakan sekelumit gambaran era informasi yang mengglobal dan yang menghadang di hadapan umat Islam di manapun berada di muka bumi ini. Bahkan dalam Islam, informasi itu jelas tidak terbatas (QS. Al-Kahfi/18:109).

Karena itu, perlu dikembangkan sistem dakwah yang menggunakan dan memilih teknologi informasi yang efisien dan tepat tentunya, serta bersih sesuai dengan kodrat umat manusia. Zaman yang sudah berubah ini menuntut para da'i mencarikan solusi dalam memberikan *problem solving* yang mana masalah yang dihadapi sangat komplek. Para *da'i* dituntut untuk dapat menerjemahkan pesan Islam sesuai dengan manajemen dakwah modern, efektif dan efisien kepada masyarakat luas, maka Islam akan semakin luas jangkauannya dan mudah dimengerti serta tidak disalahmengertikan oleh non muslim. Maka untuk itu semua diperlukan strategi yang tepat.

Dinamisasi kehidupan modern yang semakin tinggi dan sangat kompetitif telah banyak mempengaruhi umat manusia senantiasa memandang persoalan hidup secara pragmatis, logis, serba instan dan bahkan metematis. Keadaan yang demikian ini di samping membawa manfaat berupa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin memudahkan aktifitas manusia, juga telah membawa implikasi negatif berupa lemahnya semangat transendental dan memudarnya hubungan sosial. Implikasi tersebut berlangsung demikian lama, sehingga dewasa ini telah melahirkan berbagai kenyataan sosial yang cukup bertentangan dengan cita-cita.

Media merupakan perkembangan dari ilmu dan teknologi sebagai bentuk penguasaan manusia terhadap pemberdayaan akal. Media sangat penting dan memiliki urgensi bagi dakwah terutama media massa yang dapat menjangkau khalayak dengan cepat. Belum pernah dalam sejarah, manusia dapat menyebarkan gagasannya dan dapat menyampaikan isi dakwah kepada banyak orang dengan cepat. Semua media dapat menjadi media dakwah. Sebaliknya dakwah memberi kontribusi kepada media, dalam bentuk moral dan etika yang dikenal dengan kode etik. Tanpa moral dan etika yang kuat, media terutama media massa tidak dapat melaksanakan semacam "malpraktik". Justru itu kaitan media dengan dakwah dapat

berlangsung secara simbiosis mutualis. Hubungan ini kemudian dijadikan sandaran dalam melangsungkan kegiatan keduanya secara sekaligus.

Dalam kontek umat Islam di Indonesia di era modernisasi, di mana masyarakatnya sudah sedemikian kritis, maka yang diperlukan adalah dakwah yang berorientasi transformasi sosio kultural dan multimedia dengan suatu pendekatan partisipatif. Intinya adalah bagaimana mewujudkan tujuan dakwah Islam, yang tak lain ialah pengembangan potensi fitrah dan fungsi khilafah kemanusiaan dalam rangka membentuk *nizhaamul hayaat* (sistem kehidupan sosial) yang diridhai Allah. Tujuan tersebut tak mustahil tercapai karena seperti diungkapkan oleh Nurchalis Majid mengutip analisis Marshall G.S. Hodgson, kemenangan Islam di Jawa khususnya, dan di Indonesia umumnya, begitu sempurna dengan adanya banyak kompromi antara ajaran-ajaran Islam dan unsur- unsur budaya lokal. Untuk itu, strategi dakwah masa depan perlu merumuskan dalam beberapa hal antara lain:

a. Mendasarkan proses dakwah pada pemihakan terhadap kepentingan masyarakat. Itu berarti penolakan terhadap segala bentuk dakwah demi kepentingan lain.
b. Mengintensifkan dialog dan ketertiban masyarakat, guna membangun kesadaran kritis untuk memperbaiki keadaan.
c. Memfasilitasi masyarakat agar mampu memecahkan masalahnya sendiri serta melakukan transformasi sosial yang mereka kehendaki. Jadi bukan sekedar menguraikan masalah masyarakat supaya dipecahkan pihak lain,
d. Menjadikan dakwah sebagai media pendidikan dan pengembangan potensi masyarakat, sehingga dengan demikian masyarakat akan terbebas dari kejahilan dan ke*dhaif*an.

Banyak orang mengakui bahwa hidup menjadi bermakna dan bergairah dengan beragama, karena agama selalu memprediksi kehidupan manusia, jauh ke depan sampai dunia

sesudah kematian. Hal tersebut jelas menentramkan manusia dalam menghadapi ketidaktahuan tentang kehidupan sesudah mati. Agama diharapkan dapat menjadi motivasi dan dinamisator kehidupan manusia, menjadikan manusia yang dinamis, ulet, tekun, kerja keras. Manusia yang serasi dan seimbang; berilmu dan beriman, zikir dan pikir, berdoa dan bekerja, beramal dan tawakkal, mujur dan syukur. Dakwah adalah suatu kegiatan yang dapat dilihat secara praktis dan teoritis. Artinya dakwah itu dapat dikembangkan dari segi ilmu dan prakteknya di lapangan. Keduanya merupakan suatu kesatuan dan saling mengisi, sehingga makin baik dari segi ilmu akan makin baik praktek dakwahnya; pengalaman praktek dakwah merupakan realitas nyata yang dapat dipakai memperbaharui wawasan keilmuan dakwah.

Di era modernisasi ini kita harus menemukan hikmah dan pelajaran yang baik yang sesuai dengan objek dan pesan dakwah yang dapat memberikan jalan keluar yang sebagaimana diinginkan Allah dan Rasulullah. Sehingga industrialisasi berakibat melahirkan:

a. Manusia yang inovatif.
b. Manusia yang cenderung ingin menginterpretasikan kenyataan secara ilmiah.
c. Manusia yang ingin mengembangkan metode keilmuan dengan mengadakan penelitian dan pengembangan.
d. Manusia yang cenderung menolak kemapanan yang dianggap usang.
e. Manusia yang menghargai waktu, kerja keras, efisiensi, individual, berproduksi, objektif atau secara sinis manusia kikir atau banya perhitungan dalam shadaqah/infaq.
f. Gejala-gejala lain yang bisa saja muncul karena watak inovatif dan cenderung adanya perubahan .

Dengan berbagai poin inovatif yang telah dipaparkan di atas sehingga umat Islam secara general dapat menemukan artikehidupan yang sebenarnya. Untuk mendukung adanya

perubahan dalam berdakwah, para *da'i* perlu terus menerus meningkatkan wawasan, ilmu dan kemampuan teknis yang diperlukan dalam melakukan dakwah. *Da'i* tidak boleh merasa puas dengan ilmu yang dimilikinya, melainkan terus belajar, belajar sepanjang hayat (*long life education*). Apalagi pada era informasi seperti sekarang ini, kemampuan *da'i* dalam mengoperasikan komputer dan internet merupakan prasyarat yang tidak bisa ditawar-tawar.

Kemudian pada era modern ini, ilmu yang berkembang bersifat multidisipliner dan komplementer. Ilmu agama yang selama ini menjadi pegangan *da'i* (sumber utama) perlu diperkuat dengan keilmuan lainnya agar apa yang disampaikan ke masyarakat menjadi kokoh dan dapat dioperasionalkan di lapangan. Ilmu agama Islam dapat diperkuat dengan menggunakan kajian ilmu psikologi, sosiologi, sejarah dan sebagainya. Oleh karena itu, *da'i* perlu memperkuat ilmu agama yang dimilikinya dengan menambah wawasan dan pengetahuan yang berdasar dari ilmu-ilmu sosial, humaniora maupun ilmu-ilmu alam.

Contoh menarik fatwa Syekh Adil al-Kalbani, salah seorang Imam Mesjid Mekah, yang melawan arus pendapat umum di kalangan ulama Saudi. Al-Kalbani, yang semula membela pendapat yang mengharamkan musik dan nyanyian tiba-tiba berubah pikiran dan menganggap bermain musik dan menyanyi tidaklah bertentangan dengan ajaran Islam. Fatwa ini mendapat kritik keras dari kalangan ulama senior Saudi Arabia yang menganggap bermusik dan bernyanyi, baik dilakukan di antara orang banyak maupun sendirian, diharamkan oleh syariat Islam. Wacana tentang musik dan nyanyian ini cukup mendapat perhatian dan dibicarakan dalam media massa. Banyak ulama yang yang menentang akan tetapi tidak sedikit yang mendukung al- Kalbani. Jika fatwa tersebut hanya berpedoman pada sumber agama saja tanpa memperhatikan kajian sosiologi masyarakat, maka fatwa tersebut akan

bertabrakan dengan realitas yang berkembangan di masyarakat bahwa musik merupakan kebutuhan masyarakat dan bahkan menjadi industri kreatif yang bisa mensejahterakan masyarakat.

Strategi dan metode dalam melaksanakan dakwah yang merupakan sebagai suatu sistem untuk dapat menarik para pendengar agar dapat terserap berbagai pesan dan materi yang akan disampaikan dengan menggunakan berbagai metode dan sistem agar materi tersebut dapat dicerna dengan baik dan maksimal, terdapat dua sistem yang sangat efektif di antaranya adalah:

Pertama, Strategi merupakan suatu rencana tindakan termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi kan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. Kedua, Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilan.

Strategi atau metode dakwah sendiri di masa modern ini haruslah dilihat dari banyak sisi. *Mad'u* atau mitra dakwah di masa modern ini adalah generasi milenial. Generasi milenial (sebutan generasi berdasarkan demografi dan disebut juga generasi Y) menjadi perbincangan hangat karena terlahir pada saat revolusi teknologi informasi dan komunikasi serta jumlah populasinya yang cukup besar, yaitu sekira 34 persen dari penduduk Indonesia. Umumnya, generasi milenial lahir dalam rentang tahun 1981 sampai 1994. Dengan demikian generasi ini adalah mereka yang berumur 15 hingga 35 tahun. Generasi ini sudah mengenal teknologi seperti komputer, video games, dan smartphone. Beberapa studi tentang generasi milenial menggambarkan mereka yang terkategori milenial dalam berkomunikasi banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *email, SMS, instant messaging* dan media sosial

seperti *Facebook, Line, Path, Instagram, Whatsapp* dan *Twitter*. Mereka juga suka bermain game *online*. Generasi ini dikenal sangat senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring. Generasi ini melihat dunia tidak secara langsung melainkan hidup di dunia maya. Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online, mendapatkan informasi, dan kegiatan lainnya. Maka dari itu, generasi milenial sangat akrab dengan media daring dengan media sosialnya.

Pemanfaatan media sosial sebagai wasilah dakwah adalah strategi jitu dalam berdakwah di kalangan milenial ini di era modernisasi seperti sekarang. Media sosial memiliki ciri-ciri antara lain: pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa untuk banyak orang; pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui *gate keeper*; pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya; dan penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Perkembangan media sosial kini semakin pesat. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial. Hal ini karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Cukup menggunakan *mobilephone/handphone* yang dikoneksikan pada jaringan internet. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa bantuan yang lain. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Berbicara mengenai media sosial tidak terlepas dari kelebihannya dalam fasilitasi membagi ide, bekerja sama, dan membangun komunitas. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media

sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tidak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding. Media sosial adalah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah.

Dengan demikian, media sosial adalah media *online* yang penggunanya dapat saling berpartisipasi melalui blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Media sosial terbagi dalam beberapa jenis, yaitu: *social networks* (jejaring sosial), media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi seperti Facebook; *discuss media*, media sosial yang memfasilitasi obrolan; *share,* media sosial yang memfasilitasi untuk saling berbagi file, video, musik, dan lain-lain.; *publish*, seperti *Blog*; *social game*; MMO; *virtual world; livecast; livestream*; dan *micro blog*.

Media sosial memungkinkan seseorang berkomunikasi satu sama lain di manapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya "kecil" bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang "besar" dalam sedetik bisa menjadi "kecil" dengan media sosial.

Gagasan McLuhan yang mengatakan bahwa *"The medium is the message",* merupakan terbukanya pintu dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya adalah media sosial. Media sosial menjadi bagian dari perkembangan itu. Media dipandang sebagai perluasan dari alat indra manusia,

telepon merupakan perpanjangan telinga dan televisi adalah perpanjangan mata. Maka, dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung.

Perkembangan media sosial saat ini tidak luput dari kecanggihan *mobilephone*. Bahkan,*mobilephone* berupa *smartphone* menjadi kebutuhan pokok dalam berinteraksi satu sama lainnya, baik untuk urusan pekerjaan, berdiskusi, dan sebagainya. Untuk mengakses media sosial pun murah dibandingkan dengan media elektronik, cetak, dan sejenisnya. Pengguna media sosial dapat mengaksesnya meski dengan jaringan internet yang koneksinya lambat. Inilah tantangan sekaligus peluang dakwah yang harus dieksekusi. Untuk itu, ada dua hal yang dapat dilakukan. Pertama, terkait dengan penggunaan media dakwah. Pada era digital saat ini, gadget dan media sosial tidak lepas dari generasi milenial. Maka, gadget dan media sosial harus dijadikan wasilah dakwah. Pesan dakwah harus dikemas melalui konten-konten yang akrab dengan generasi kekinian. Penggunaan portal dakwah dengan konten tidak selalu berupa tulisan, namun juga dapat dikemas dalam bentuk vlog, *soundcloud*, infografis, dan juga meme, dimuat di *YouTube* agar dakwah makin meluas. Dakwah juga dapat dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *YouTube, Instagram*, dan sebagainya, sebelum akhirnya bisa fenomenal secara *offline*. Kedua, pengemasan pesan-pesan dakwah harus menarik. Sebab, sebaik apapun materi dakwah tanpa didukung dengan kemasan yang menarik terkadang ditinggalkan orang. Dengan dua pendekatan tersebut tantangan dakwah pada generasi milenal dapat dilalui dan diselesaikan dengan baik.

Penggunaan media sosial yang beragam dan platform yang baru seperti *Tik Tok, Snack Video*, dan lainnya jelas sangat membantu pada *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah dengan bahasa agama yang mudah dipahami dan dikemas dengan bahasa dan tema kekinian. Inilah peluang penggunaan media dakwah yang dapat menyasar ke para kaum milenial

yang memang dalam kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas dari teknologi informasi. Maka kembali dituntut kepiawaian *da'i* dalam pemanfaatan media ini, tentunya *da'i* harus lebih banyak belajar dalam penggunaan media sosial dan *platform*nya.

Media sosial yang mempergunakan jaringan internet jelas memiliki keunggulan. Kelebihan internet dibanding media lainnya untuk memudahkan proses dakwah, yaitu: pertama, tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Dakwah melalui internet dapat diakses di mana saja, oleh siapa saja, dan kapan saja. Kedua, dakwah menjadi lebih variatif. Dakwah tidak lagi disampaikan dengan cara konvensional, Kehadiran *cyber* memberikan banyak cara untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Selain tulisan, materi dakwah bisa dalam bentuk gambar, audio, *e-book* (buku elektronik) ataupun video, sehingga objek dakwah dapat memilih bentuk media yang disukai. Ketiga, jumlah pengguna internet semakin meningkat. Pertumbuhan pengguna internet yang selalu meningkat merupakan kabar baik bagi para *da'i* yang akan berdakwah di dunia maya, karena objek dakwah pun semakin meningkat. Keempat, hemat biaya dan energi. Dengan menyajikan materi dakwah di internet, objek dakwah tidak perlu datang ke narasumber dan membeli buku untuk menjawab masalah yang dihadapi. Sehingga bisa membantu saudara kita agar tidak mengeluarkan biaya dan tenaga ekstra guna memperoleh informasi yang mereka cari.

Media sosial menawarkan multimedia berupa gambar, video, maupun desain yang disebarluaskan ke pengguna lainnya dan salah satu contohnya adalah YouTube. YouTube adalah penyedia layanan video terbesar saat ini dan merupakan media untuk upload secara gratis. Para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. YouTube juga sangat cocok bagi yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel. Pada umumnya video-video di

YouTube adalah video klip, acara TV, film serta video buatan para penggunanya sendiri.

Manfaat lain dari penggunaan YouTube adalah bahwa isinya dapat disiarkan kepada jutaan pemirsa. YouTube tersedia di hampir setiap negara di dunia dan di setiap komputer yang memiliki akses internet, serta dikunjungi setiap hari oleh jutaan orang. YouTube merupakan tempat *filesharing* bagi semua membernya di mana kita bisa mencari atau *upload* video rekaman kita untuk dapat disaksikan oleh orang lain. Dalam konteks dakwah, kebutuhan publik akan video durasi pendek dalam rangka menjawab kebutuhannya sangat tinggi. Beberapa fakta menunjukkan banyaknya media mania yang menonton YouTube. Konten atau pesan dakwah harus diviralkan.

Viral jika dikaitkan dengan komunikasi dapat bermakna proses komunikasi yang secara berantai memperbanyak diri. Konsep kerjanya seperti berkembangbiaknya virus, yaitu memperbanyak (mereplikasi) dirinya. Strategi viral dahulu terjadi dari orang perorang, tersebar dari mulut ke mulut. Kini, dengan perkembangan media yang sangat canggih, viral terjadi di ruang-ruang media sosial dalam pergaulan di dunia maya, misalnya dengan berkicau di Twiter, menyebarkan tautan berita, video, dan sebagainya. Viral di media semacam ini sangat memungkinkan konten dakwah dapat menyebar dengan cepat. Menyebarkan konten dakwah melalui media tidak cukup dengan melakukan viral saja. Namun, juga harus mengetahui *traffic* yang ramai dan pas untuk menyebarkannya. Tanpa mengetahui dan menyesuaikan dengan waktu kebanyakan orang mengakses sebuah media, maka pesan tidak sampai kepada banyak orang.

Dalam menyampaikan pesan dakwah sendiri harus memperhatikan tiga komponen, yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. Simbol terpenting adalah kata-kata (bahasa), yang dapat mempresentasikan obyek (benda), gagasan, dan

perasaan, baik ucapan (percakapan, wawancara, diskusi, ceramah, dan sebagainya). Pesan juga dapat dirumuskan secara nonverbal, seperti melalui tindakan atau isyarat anggota tubuh (acungan jempol, anggukan kepala, senyuman, tatap muka, dan sebagainya), juga melalui musik, lukisan, tarian, film, dan sebagainya. Penyampaian pesan dapat pula melalui lisan, tatap muka, langsung atau menggunakan media/saluran.

Selain komponen, pesan juga memiliki sifat khusus, yaitu bersifat informatif, persuasif, dan koersif. Pesan bersifat informatif karena hanya memberikan informasi. Dalam situasi tertentu, pesaninformatif lebih berhasil daripada pesan persuasif. Pesan persuasif berisi bujukan yang membangkitkan pengertian dan kesadaran seseorang. Sedangkan pesan koersif bersifat memaksa. Bentuk yang terkenal dari penyampaian pesan koersif adalah agitasi, yakni dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan penekanan batin dan ketakutan di antara sesama kalangan publik. Pesan koersif dapat berbentuk perintah, intruksi dan sebagainya.

Beberapa konsep pesan di atas dapat menjadi acuan dalam mengemas pesan dakwah. Jika dikombinasikan, maka mengemasnya dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain sebagaimana yang dikemukakan Wilson yaitu dengan memerhatikan dimensi-dimensi abstraksi pesan, kesesuaian pendengar, jenis-jenis perancangan strategi pesan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk mengoordinasikan berbagai macam tujuan, jenis-jenis tema isi pesan, pemilihan kata-kata yang khusus, dan lain-lain. agar pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan (penerima pesan), maka pesan komunikasi yang terdiri dari isi pesan dan lambang harus diproduksi dengan sangat hati-hati.

Komunikasi dakwah kini tidak lagi cukup dengan cara-cara konvensional. Perkembangan zaman dan era yang sudah modern, teknologi yang kian cepat menuntut penyesuaian. Dakwah harus lebih optimal disampaikan lewat media sosial,

karena generasi milenial lebih cenderung menggunakan media-media serta aplikasi-aplikasi yang sifatnya interaktif, seperti Whatsaap, YouTube, Facebook, dan lainnya. Karena itu, *da'i* disarankan untuk memanfaatkan media sosial semaksimal mungkin dalam rangka menjangkau *mad'u* yang lebih luas sehingga pesan dakwah terserap lebih banyak.

Strategi dan metode tepat guna tentu diperlukan dalam melaksanakan dakwah yang merupakan sebagai suatu sistem untuk dapat menarik para penikmat dakwah agar dapat terserap berbagai pesan dan materi yang akan disampaikan dengan menggunakan berbagai metode dan sistem agar materi tersebut dapat dicerna dengan baik dan maksimal. Maka dari itu penggunaan bahasa, memahami karakter media sosial yang dipergunakan, juga konten apa yang sesuai sebagai bentuk penyampaian pesan dalam komunikasi juga perlu diperhatikan, dengan demikian tujuan dakwah di kalangan milenial di era modernisasi ini dapat dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

Affandi, Bisri *Beberapa Percikan jalan Dakwah,* (Surabaya: IAIN - Fakultas Dakwah Surabaya, 1984).

Afriana, HS . Iyan,*Metode Penelitian Kualitatif*, E-Book, 2007. Diakses 13 Maret 2023.

AGRICIA, *Kode Etik Jurnalistik dan Profesi Jurnalis* https://agricia.faperta.ugm.ac.id/2018/10/04/kode-etik-jurnalistik-dan-profesi-jurnalis/ . Diakses 08 April 2023.

Ahmad, Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial,* (Yogyakarta : Primaduta, 1983).

Aini, Aida Noer & Muhamad Ridwan Effendi, E. N., *Strategi Menanamkan Nilai - Nilai Akhlak Melalui Integrasi Pendidikan*. dalam *Paedagogie*, *2*(34–47). https://doi.org/doi.org/10.20211/pdg.02.1.04

A., Karim, Adeni, A., Fitri, F., Fitri, A. N., Hilmi, M., Fabriar, S. R., & Rachmawati, F. *Pemetaan untuk Strategi Dakwah di Kota Semarang Menggunakan Pendekatan Data Mining (Mapping for Da'wah Strategy in Semarang City Using Data Mining Approach)*. dalam *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(1), 2021.

Ali, Maulana Muhammad, *Islamologi (Dienul Islam)* (Jakarta: Ikhtiar Baru Van- Houve,1980).

Alim, Muhammad, *Pendidikan Agama Islam Upaya Pembentukan Pemikiran Dan Kepribadian Muslim*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011. Cet. 2).

Anas, Ahmad *Paradigma Dakwah Kontemporer; Aplikasi, Teoritis dan Prakits, Dakwah sebagai Solusi Problematika Kekinian*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2006).

Anshari, Endang Saifuddin, *Wawasan Islam Pokok-Pokok Pikiran tentang Paradigma dan Sistem Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004).

Anshory, Irfan, "*Asal Usul Nama Indonesia*". Pikiran Rakyat. Diarsipkan dari versi asli tanggal 15 Desember 2006. Diakses 19 April 2023.

Amal, Taufik Adna, *Rekontruksi Sejarah Al-Qur'an*, (Yogyakarta: FKBA, 2001).

Amirudin, Karochman, M. A., Supriyatin, Dewi, S., Azizah, N., Ismeliantika, Y., Marfu'a, Hayati, S. H., Aliyah, & Safitri, J. *Moderasi Beragama dalam Perspektif Heterogenitas di Desa Jungjang Kecamatan Arjawinangun*. dalam *Etos* dalam *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3. 2021.

Annur, Cindy Mutia, *KPK Tangani 1.310 Kasus Tindak Pidana Korupsi Sejak 2004 hingga Oktober 2022*. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/03/kpk-tangani-1310-kasus-tindak-pidana-korupsi-sejak-2004-hingga-oktober-2022. Diakses 17/05/2023.

Arief, .R, N Umniati. Pengembangan Virtual Class Untuk Pembelajaran Augmented Reality Berbasis Android. Jurnal *Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*. 21(2). doi: 10.21831/jptk.v21i2.3262.2012.

Ardhana, Sutirman Eka *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995).

Arifin, *Psikologi dan Beberapa Aspek Kehidupan Rohaniyah Manusia*. (Jakarta, Bulan Bintang, 2011),

Article 55 Diarsipkan 2008-03-16 di Wayback Machine., 1982 *UN Convention on the Law of The Sea.*

A., Syatar, Amiruddin, M. M., Rahman, A., Makassar, U. I. N. A., Parepare, I., & Alauddin, *U. I. N. Darurat Moderasi Beragama Di Tengah Pandemi Corona Virus Desease 2019 (Covid-19)*. dalam *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 2020.

Ass. Djamalul Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, (Cet. I; Jakarta : Gema Insani Press, 1996).

Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini Pengantar ke Prakter Kewartaan* (Jakarta: Ghalia Indonesia,1982).

Al-Azhim, Muhammad 'Abd, *Manahil Al'-Irfan fi 'Ulum Al-Qur'an*, (Mesir: Al-Halabiy, 1980. Cet. III).

A. Wibowo, (2019). *Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital*. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02). 2019.

Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana. 2012).

Azwar. *4 Pilar Junalistik Pengetahuan Dasar Belajar Jurnalistik*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).

Bachtiar, Wardi *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Logos, 1997, Cet., ke-1).

Badan Pusat Statistik. *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*. Jakarta: 15 Mei 2010. Diarsipkan dari versi asli tanggal 3 Desember 2017. Diakses 20 April 2023.

Bakar, Irfan Abu, "*Menuju Paradigma Peacebuilding Pasca Konflik Kekerasan*", dalam *Jurnal Tashwirul Afkar, Inisiatif Perdamaian: Meredam Konflik Agama dan Budaya,* (Jakarta: Lakpesdam NU, 2007).

Baqi', Muhammad Fuad Abdul, *Al-Mu'jam Al-Mufahris*, (Mesir: Daar wa Muthaba' as-sha'ab, tth).

Basit, Abdul, *Jurnal Komunikasi Islam* | ISBN 2088-6314 | Volume 03, Nomor 01, Juni 2013 Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel - Asosiasi Profesi Dakwah Islam Indonesia.

-------, *Wacana Dakwah Kontemporer*, (Purwokerto: STAIN Purwokerto Press, 2006).

Bland, Michael, Alison Theaker, dkk, *Hubungan Media Yang Efektif*, (Jakarta, Erlangga).

Budiati. Atik Catur, *Sosiologi Kontekstual Untuk SMA & MA* (PDF). (Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional. 2009), hal. 13. ISBN 978-979-068-219-1. Diarsipkan dari versi asli (PDF) tanggal 2021-01-22. diakses 14 April 2023.

B. Putra, B. A. *Kenapa Harus Moderasi Beragama?* (Kanwil Kemenag DIY. 2020). https://diy.kemenag.go.id/10959-kenapa-harus-moderasi-beragama.html

Calder, Joshua "*Most Populous Islands*". *World Island Information. 2006*. Diakses 20 April 2023.

Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik: Konsep Teori dan Strategi*, (Cet. 4; Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

-------, *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Edisi Ketiga. Cetakan 18. Depok: Rajawali Pers, 2018).

Center for Information and Development Studies. *Pribumi dan Non-Pribumi dalam Perspektif Pemerataan Ekonomi dan Integrasi Sosial (Pribumi and Non-Pribumi in the Perspective of Economic Redistribution and Social Integration, 1998* Jakarta, Indonesia: Center for Information and Development Studies.

D. Arini, *Penyuluhan Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Kalangan Remaja Di Desa Way Heling Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. dalam *Abdimas Universal*, 2(1) 2020, https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v2i1.38

D., F.Gandur, Tola, & Ma, S. H. G. *Pengaruh Kemajuan Teknologi Internet Terhadap Rendahnya Minat Belajar Siswa SMP Negeri 4 Ruteng Manggarai Barat.* dalam *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 6(1). 2020.

Damanhuri, Setia Budi IPB, *Tinjauan Pustaka*, 2014, (http://www.damanhuri.or.id), diakses 12 April 2023.

Darma, S.Satya dkk, *Mal Praktek Pers Dakwah* (Jakarta: Teraju, 2003).

Darmadi, Hamid, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta. 2011).

"*Demographic Yearbook 72nd Issue*" (PDF). United Nations - Department of Economic and Social Affairs. Diarsipkan (PDF) dari versi asli tanggal 2023-01-30. Diakses tanggal 14 April 2023.

Departemen Agama RI, *Pendidikan Agama Islam Pada Perguruan Tinggi Umum*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998),

DEWAN PERS, *UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers*, https://dewanpers.or.id/kontak/faq/start/10 . Diakses 08 April 2023.

Diamond, Jared, *The World Until Yesterday*. (Jakarta : Gramedia Press, 2017).

Dulwahab. A. Encep., *Dakwah di Era Konvergensi Media*. dalam *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 5 No. 16 Juli- Desember 2010.

Effendi, Djohan *Islam di Antara Teks dan Konteks,* makalah disampaikan dalam *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)* ke-10, Banjarmasin, 1-3 Nopember. 2010.

Efendi, Erwan dkk., *Jurnalistik Praktis Kontemporer*, (Depok: Prenadamedia Group, 2017).

Effendy, Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek* (Jakarta: Kencana 2011).

-------, *Dinamika Komunikasi* (Cet. IV; Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000).

E., Muhaemin, *Dakwah Digital Akademisi Dakwah*. dalam *Ilmu Dakwah*: *Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2) 2017, hal. 341–356. https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i.1906.

Emka, Zainal Arifin *Wartawan Juga Bisa Salah: Etika Pers Dalam Terapan*, (Surabaya: Stikosa-Aws, 2005).

Enhancing Elementary School Students Abstract Reasoning in Science Learning Through Augmented Reality-Based Interactive Multimedia. Jurnal *Pendidikan IPA Indonesia. 8(2).* doi: 10.15294/jpii.v8i2.19249. 2019.

Estuningtyas, Retna Dwi, *Mengenal Islam*, (Pustaka Diniyah : Yogyakarta, 2018).

-------, *Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi*, dalam *Jurnal Muttaqien*, Vol. 2. No. 1 Januari 2021. https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.05

Eriyanto, *Analisis Framing* (Yogyakarta: LKiS, 2002).

E., Sutrisno, *Aktualisasi Moderasi Beragama di Lembaga Pendidikan*. dalam *Jurnal Bimas Islam*, 12(2), 323–348. https://doi.org/10.37302/jbi.v12i2.113

E., Yuhandra, Akhmaddhian, S., Fathanudien, A., Tendiyanto, T., Hukum, F., & Kuningan, U. *Penyuluhan Hukum Tentang Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Gadget Dan Media Sosial*. *Empowerment* :dalam *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 04(01), 2021.

Foster, Nigel. *Heart of Toba: Batak Life Beside the World's Largest Caldera Lake*. (Amazon: Digital Services. 2021).

Ghazali, M. Bahri, *Dakwah Komunikatif Membangun Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah* (Jakarta: CV Pedoman Ilmu, 1997).

G. Guba, Egon & Yvonna S. Lincoln, *Methodhology of Naturalistic Inquiry Evaluation,* (Los Angeles: Center of the Study of

Evaluation, UCLA Graduate School of Education, University of California, L.A, 1998).

Gumilar, Gumgum, dkk. *Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax) Oleh Siswa SMA.* 2017. http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16275 . Diakses 15/5/ 2023,

Habibi, Muhammad, *Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial di Era Milenial,* dalam *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI),* Vol. 3, No 1, 2019 ISSN: 2621-9492.

H., A. Ummah, *Dakwah Digital dan Generasi Milenial*. dalam *Tasâmuh*, 18, 2020.

H, Frederick, William.; Worden, Robert L. (1993). *Indonesia: A Country Study.* Area Handbook Series (dalam bahasa Inggris). 550. Washington, D.C.: Federal Research Division, Library of Congress. hlm. 98. ISBN 9780844407906. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2023-01-20.. Diakses 19 April 2023.

H., M. Rukmana, L. *Metode Dakwah KH. Abdurrahman Navis* dalam *Program Fajar Syiar di Radio El-Victor Surabaya,* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2008).

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, (Yogyakarta : Andi Offset, 1991, Cet., ke-23).

Hamdi, S.. Nasrullah, A., & Awalia, H. *Penyuluhan Moderasi Beragama Pada Kalangan Pemuda Nahdlatul Wathan Di Desa Darul Hijrah Anjani Lombok Timur*. Prosiding *PEPADU Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2020* LPPM Universitas Mataram, 2, 2–3. http://jurnal.lppm.unram.ac.id/ index.php/ prosidingpepadu/article/view/216/153. 2020.

Hanurawan, Fattah, *Psikologi Sosial Suatu Terapan,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010).

Hasil Sensus Penduduk 2020. Badan Pusat Statistik. 21 Januari 2021. Diarsipkan dari versi asli tanggal 21 Januari 2021. Diakses tanggal 21 Januari 2023.

Hasjmy, A., *Dustur Dakwah Menurut Alquran*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2010).

Hasunuddin, *Tinjauan Aspek Dalam Berdakwah di Indonesia*, (Jakarta: PT. Pedoman Ilmu Jaya, 2016),

Helmi, Masdar, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, (Semarang: CV. Toha Putra, tth).

Helmy, M. & Ayuni, R. D. *Komunikasi Dakwah Digital : Menyampaikan Konten Islami Lewat Media Sosial Line (Studi Deskriptif Pada Akun Line 3safa). Mutakallimin;* dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1). 2019.

Himat, Mahi. M., *Jurnalistik : Literacy Journalism*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2018).

Howard, Ross, *Conflict Sensitive Journalism*, (Denmark: Impacs, 2004).

http://www.infoyunik.com/2015/03/surat-surat-ini-saksi-dakwah-rasulullah.html. diakses 24 April 2023.

IIkhtiar, Anti Ilailatul, et all, *Etika Jurnalisme Menurut Perspektif Islam* dalam *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat (JURRAFI)* Vol.1, No.2 Oktober 2022 e-ISSN: 2828-6820; p-ISSN: 2828-6944.

Indiwan, *Dasar-Dasar Jurnalistik*, (Bandung :Wacana Fikom UPDM (B), 2003).

Indonesia Coruption Watch, *Tren Penindakan Kasus Korupsi Tahun 2018*

https://antikorupsi.org/sites/default/files/tren_korupsi_2017.pdf diakses 26 April 2023.

International Monetary Fund. *Estimate World Economic Outlook Database*. (April 2006). Siaran pers. Diarsipkan 2018-05-01 di Wayback Machine. Lihat Indonesia Business Directory "*Indonesia Regions*".. Diarsipkan dari versi asli tanggal 28 Desember 2005. Diakses 19 April 2023.

Ishwara, Luwi *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar,* (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2005).

islamdakwah.com , *Pentingnya Dakwah Islam Zaman Now* https://islamdakwah.com/pentingnya-dakwah-islam-zaman now.html. Diakses 16/5/2023.

Ismail, A. Ilyas *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub*: *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Harakah,* (Jakarta : Penamadani, 2006).

Ismail, Achmad Satori *Islam Sebagai Pandangan Hidup, Kajian Pokok Dienul Islam*, (Jakarta: Pustaka Tarbiatuna, 2001).

Jaiz, Hartono A., *Meluruskan Dakwah dan Fikrah* (Jakarta: Pustaka al Kautsar, 1996).

Jayani, Dwi Hadya, *Berapa Pengguna Internet di Indonesia* . Katadata.co.id situs https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di- Indonesia. Diakses 15/05/2023

Kasman, Suf, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prisip Dakwah Bil Qalam dalam Alquran* (Bandung: Teraju 2004).

Karimi, Ahmad Faizin, *Buku Saku Pedoman Jurnalis Sekolah*, (Gresik: MUHI Press, 2012).

KBBI Daring, kbbi.kemendikbud.go.id

KBBI Online 2023. http://kbbi.web.id/implementasi.html. Diakses 14 April 2023.

KBBI Online https://kbbi.web.id/Indonesia, diakses 14 April 2023.

Khallaf, Abd. Wahab, *Ilmu Ushul Fiqh*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1998).

Kottler, Philip, *Manajemen Pemasaran,* Edisi Ketigabelas (Jakarta: Erlangga, 2008).

Kusumaningrat, Hikmat & Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik* (PT. Remaja Rosdakarya 2006).

kemdikbud.go.id https://ayoguruberbagi.kemdikbud.go.id/artikel/keberagaman-dalam-masyarakat-indonesia-9/ diakses 25 April 2023.

Kementrian Agama RI. *Moderasi Beragama*. (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI 2019).

Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. "*PBB Verifikasi 16.056 Nama Pulau Indonesia*". 19 Agustus 2017. Diarsipkan dari versi asli tanggal 10 Agustus 2021. Diakses 19 April 2023.

van der Kroef , Justus M. "The Term Indonesia: Its Origin and Usage". *Journal of the American Oriental Society*. 1951. 71 (3): 166–171. doi:10.2307/595186. Diarsipkan dari versi asli tanggal 10 April 2020. Diakses tanggal 12 Februari 2023.

Kirk, Jarome Marc L. Miller, *Reliability and Validity in Qualitative Research,* (Beverly Hills: Sage Publication, 1986, Vol. 1).

Krisnawati, E., *Pengertian Populasi, Sampel dan Contoh dalam Penelitian Sosial*. Tirto.Id. 2021 https://tirto.id/pengertian-

populasi-sampel-dan- contoh-dalam-penelitian-sosial-gaQp. Diakses 08 April 2023.

Laurence, Caured, *Heracluius in early Islamic Kerygma In "The reign of Heraclius (610-641): crisis and confrontation"* (edisi 2002). Peeters Publishers. ISBN 978-90-429-1228-1.

Laswell, Harold, *The Structure and Function of Communication in Siciety, The Communication of Iedal*., L. Bryson, editor. (New York: Institute for Religious adn Social Studies, 1948).

Latif, H.M.S. Nasarudin, *Teori dan Praktik Dakwah Islamiah,* (Jakarta : Firma Dara, tt).

Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. *Naturalistic Inquiry*. (Beverly Hills: Sage Publications, 1985).

Literasi Rendah Ladang "Hoax", Kompas, ed. Selasa, 7 Februari 2017.

Logan, James Richardson, "The Ethnology of the Indian Archipelago: Embracing Enquiries into the Continental Relations of the Indo-Pacific Islanders". *Journal of the Indian Archipelago and Eastern Asia (JIAEA)* 1850: 4, 252–347. Lihat juga Earl, George S.W. "*On The Leading Characteristics* … hal., 277–278. Diakses 14 April 2023.

Louis. Gottschalk, *Understanding History; A Primer of Historical Method* (University of Chicago. New York: Alfred A. Knopf., 1950).

Malik, Dedy Djamaluddin *Peranan Pers Islam di Era Informasi*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989).

Mahfuz, Ali *Hidayat-al Mursydin ila Thuruq al Wa'zi wa al-Khitabath*, (Beirut : Dar al-Ma'arif, tt).

Mahadi, Ujang, *Komunikasi dan Dakwah Kontemporer*, (Bogor: IPB Press.2015).

al Maududi, Abu A'la ,*Islamic Way of Life*, (Karaci, Lahore: Dacca, 1967).

Mastury, H. M. *Makalah: Idealisme Dakwah Islamiah Era Industrialisasi*. (Yogyakarta, 2010).

Ma'ruf Ade (pen.), *Menulis Itu Indah; Pengalaman Para Penulis Dunia*. Cet. II; (Yogyakarta: Jendela, 2003).

Media Now 'Communications Media in the information Age, Straubhaar and La Rose, Third Edition, 2002.

Media Now, Straubhaar and LaRose, 2002.

Menangkal "Hantu" Ruang Daring, Kompas, ed. Rabu, 18 Januari 2017.

Menko Maritim Luncurkan Data Rujukan Wilayah Kelautan Indonesia. Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi. 10 Agustus 2018. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2021-08-13. Diakses 20 April 2023.

Moleong, Lexy. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007).

Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta: KENCANA, 2010).

Mubarok, Achmad, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Firdaus.2012).

Mufid, Muhammad, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* , Jakarta: Prenada Media Group kerjasama UIN Jakarta, 2005).

Muhadjir, Noen *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sirasin, 1989).

Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015).

Mulyadi, *Implementasi Kebijakan,* (Jakarta:Balai Pustaka,2015).

Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000).

-------, *Nuansa-nuansa Komunikasi; Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer* (Cet. I; Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1999).

Muis, A. *Media Massa Islam dan Era Informasi* (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989).

Munawir A.W., *Kamus al-Munawir Arab Indonesia*, (Jakarta: Dian Ilmu, 1999).

Munir, Muhammad, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah,* (Jakarta: Rahmat Semesta, 2002).

Munir, Samsul, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010).

Murniah. *Kesalahan Bahasa Jurnalistik Seputar Indonesia* (Jakarta : Dad, 2017).

Mustajab, Ridhwan, *Durasi Penggunaan Internet Dunia Menurun pada Kuartal III/2022*, Dataindonesia.id https://dataindonesia.id/digital/detail/durasi-penggunaan-internet-dunia-menurun-pada-kuartal-iii2022. Diakses 15/03/2023.

Mustafa al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, (Beirut: Dar Al-Ilm, 1975).

Mustofa, Kurdi, *Dakwah Di Balik Kekuasan.,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012. Cet. I).

mpr.go.id. https://www.mpr.go.id/berita/indonesia-adalah-negara-yang-sangat-kaya - diakses 12 April 2023. Elnino M. Husein Mohi, ST, M.Si pimpinan Fraksi Partai Gerindra MPR RI ketika menyampaikan materi NKRI, Bhineka Tunggal Ika dan Ketetapan MPR pada Sosialisasi dengan

metode outbound, di Balikpapan, pada Sabtu (13/6/2022).

M. Rasyid, M. *Islam Rahmatan lil Alamin Perspektif KH. Hasyim Muzadi*.dalam *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 11(1), 2016.

M., Silvia, Effendi, R., & Sukmayadi, V. , *Strategi Content Creator Pada Dakwah di Media Sosial, Studi Kasus pada Akun Instagram @ pejuang mahar,* (Bandung : Indonesia Abstrak, 2019). Seiring dengan perkembangan zaman , media dakwah saat ini ikut langsung atau melalui media digital . December. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30224.76804

Naim, Ngainun, *Teologi Kerukunan: Mencari Titik Temu dalam Keragaman*, (Yogyakarta: Teras, 2011).

Najib, Emha Ainun, "*Pers Islam Antara Ideologi. Oplag dan Kualitas Hidup*". Majalah *Sahid,* edisi 08 Desember, 1991.

Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2015).

Nata, Abuddin, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017, Cet. 4).

------- , *Metodologi Sudi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012, Cet. 19,).

Nasution, Harun, *Islam Ditinjau Dari Berbagai Aspeknya*, Jilid I (Jakarta: UI Press, 1985).

Natsir, M. *Fiqh Al-Dakwah*. (Solo: Ramadhan, 1991).

Novia, W. & Wasehudin, W. *Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Moderasi Beragama di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang*. dalam *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(2). 2020, hal. 99–106. https://doi.org/10.15575/hanifiya.v3i2.10017.

NU Banyumas.com Salah Paham tentang Ibadah , https://nubanyumas.com/salah-paham-tentangibadah/#:~:text=Secara%20harfiah%2C%20%E2%80%9Cibadah%E2%80%9D%20berarti,termasuk%20kegiatan%20keduniawian%20sehari%2Dhari. Diakses 30 /4/2023.

NU Online, *Perbedaan Ibadah Mahdhah dan Ghairu Mahdhah* https://nu.or.id/syariah/perbedaan-ibadah-mahdhah-dan-ghairu-mahdhah-xYfKF diakses 30/4/ 2023.

Nurmansyah, Gunsu Nunung Rodliyah, Recca Ayu Hapsari. *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. (Bandung: Aura Publisher.2019),

Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2009).

-------, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).

Olii, Helena, *Berita Dan Informasi*, (PT Macanan Jaya Cemerlang: 2007).

Omar, Toha Yahya, *Islam dan Dakwah*, (Jakarta: al-Mawardi Prima, 2017),

Badan Pusat Statistik., "*Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut*". Jakarta: 15 Mei 2010. Diarsipkan dari versi asli tanggal 3 Desember 2017. Diakses tanggal 28 Februari 2023.

Paramitha, Cindy Rizal Putri, *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggal dalam Bidang Kuliner*, (Tesis, Fak. Ekonomi UNDIP, Semarang, 2010).

Pardianto. *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media*, dalam *Jurnal Komunikasi Islam,* ISSN 2088-6314, Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.

Pareno, Sam Abede, *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita* (Surabaya: Papyrus, 2003).

Persatuan Wartawan Indonesia Sulawesi Selatan, *Kode Etik Jurnalistik*, (Makassar: PWI Sulsel, 2006).

P., Lestari, P. *Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial.* dalam *Jurnal Dakwah*, 21(1) 2020, https://doi.org/10.14421/jd.2112020.1.

Pemerintah Provinsi Kalimantan Barat *Geografis.*. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2021-08-11 Diakses 20 April 2023.

Population Projection by Province, 2010-2035. *Statistics Indonesia. 18 February 2014.* Diarsipkan dari versi asli tanggal 25 July 2015. Diakses 20 April 2023.

Pramesti, Olivia Lewi, *Kode Etik Di Kalangan Jurnalis*, Volume 11 Nomor 1, (Yogyakarta: UGM, 2014).

Prasetyo, Adi & Stanley. Kode Etik dan Persoalan Pers. Makalah disampaikan dalam *Uji Kompetensi Jurnalis (UKJ)* Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar, Hotel Remcy, 21 Juli 2017.

Puteh, M. Ja'far, *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*. (Jakarta: Kencana, 2010).

al-Qahthani, Said bin Ali bin Wahif, *Al-Hikmah fī al-Dakwah Ilallāh Ta'āla*, diterjemahkan oleh Masykur Hakim dengan judul Dakwah Islam Dakwah Bijak, (Cet I; Jakarta : Gema Insani Press, 1994).

Qardhawi, Yusuf, *Fatwa-Fatwa Kontemporer*, Jilid 3, (Jakarta: Gema Insani Press, 2009).

Al-Qattan, Manna Khalail , *Studi Ilmu Al- Qur'an*, (Jakarta : PT Mitra Kerjaya Indonesia, 2002).

Qustulani, M., M., Irfani, F., Fariduddin, E. I., & Suhendra, A. *Moderasi Beragama: Jihad Ulama Menyematkan Umat dan Negeri dari Bahaya Hoax.* (STISNU NUSANTARA TANGERANG, 2019).

Rahayu, Luh Riniti, & Lesmana, Putu Surya Wedra. *Moderasi Beragama di Indonesia*. dalam *Intizar*, 25(2),2019.

Rahmat, Jalaludin *Islam Aktual: Refleksi sosial Cendekiawan Muslim* (Bandung: Mizan, 1998).

-------, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012)

------- , *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015).

Rizaty, Monavia Ayu, *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*, Dataindonesia.id https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023. Diakses 15/03/2023.

R., Mardiana, *Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media.*dalam *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10, 2020 https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.

Ricklefs, Merle Calvin . *A History Of Modern Indonesia Since C. 1200* (edisi ke-3). (Basingstoke; Stanford, CA: Palgrave; Stanford University Press. 2001),

Romli, *Majalah Al-Islamiyah*, (Yogyakarta: Nomor 31 Tahun XIV, 2007).

Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003).

-------, *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006).

-------, *Jurnalistik Praktis* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2005).

Rosyidi, I. *Komunikasi Dan Dakwah: Ihtiar Integrasi Keilmuan Dan Urgensi Kekinian*. *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 5(1). 2015.

RUU Ibu Kota Negara Sah Jadi Undang-Undang. Republika. 18 Januari 2022. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2022-04-13. Diakses tanggal 18 Januari 2023.

Rusyd, Ibnu *Bidayatul Mujtahid*, Juz I, tth.

Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib, *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, jilid I, terj. Syihabuddin, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999. Cet. Ke-I).

S., Ferdiansyah, D. *Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Kegiatan Dakwah Terhadap Tranformasi Sosial Di Desa Montong Gamang Kecamatan Kopang Kabupaten Lombok Tengah-NTB*, dalam *Kommunike*, XII(1), 2020.

Sally, Morgan, *Indonesia*. (London: Wayland. 2007).

Samawi, et. al., "*Bagaimana memajukan Pers Islam*", *Majalah Panji Masyarakat* edisi 273, tanggal 15 Juni 1979.

Sanjaya, Wina, *Media Komunikasi Pembelajaran,* (Jakarta: Kencana. 2012).

Santing, Waspada, *Profesi Jurnalistik Perspektif Hukum Islam*. (Makassar: Alauddin University Press, 2011).

Saragih, M. Yoserizal ,*Diktat Jurnalistik*, (Medan: IAIN Sumatera Utara, 2005).

Sarwono, Sarlito W. dan Eko A.Meinarno,, *Psikologi Sosial,* (Jakarta: Salemba Empat, 2012).

Sastro, Yadi dan Edi Sudrajat, *Modul 1 (Teknik Mencari dan Menulis Berita)*, SKOM4330.

Sayyid Quthub, , *Fi Zhilal Alquran*, jilid I, tejm. Tim Gema Insani Perss, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999. Cet. Ke-I),

------- , *Fi Zhilal Alquran*, jilid III, tejm. Tim Gema Insani Perss, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999. Cet. Ke-I).
Sayyid Sabiq, *Da'watul Islam*, (Beirut, 1973).

Schramm . Wilbur & Roberts Donald f., *The Process and Effects of Mass Communication*, revised edition, (Urbana-Chicago-London: University of Illionis Press, 1971).

al-Shabuni, Muhammad 'Ali *Al-Tibyan fi 'Ulum Al-Qur'an*, (Beirut: Dar Al-Qalam, 1971).

Shaleh, Abdul Rahman "*Psikologi Suatu Pengantar Dalam Persepektif Islam*," Skripsi Maulana Syarif, *Persepsi Guru Terhadap Kinerja Kepala MTS El-Syarif Tangerang Banten* (Jakarta: pada program sarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).

Shoim, Muhammad, *Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Korupsi pada Lembaga Peradilan di Kota Semarang*, *Laporan Penelitian*; Pusat Penelitian IAIN Walisongo Semarang, 2009.
Shihab, M.Quraish, *Membumikan Alquran,* (Bandung: Mizan, 2012),
------- , *Tafsir Al-Misbah: Pesan Kesan, dan Keserasian Al-qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

Sobur, Alex, *Etika Pers: Profesionalisme dengan Nurani* (Bandung: Humaniora Utama Press, 2001).

Solehah, Nadiatu, et all, *Etika Jurnalisme Dalam Pandangan Al-Qur'an* dalam *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi* , Vol 4 No 2 Juli 2022 25-31 e-ISSN: 2809-8943 ; p-ISSN: 2809-8978.

Sopiaan, Ainur Rofiq, *Tantangan Media Informasi Islam; Antara Profesionalisme dan Dominasi Zionis* (Surabaya : Risalah Gusti, 1993).

Suara Kampus, *Mahasiswa dan Pembangunan, Mahasiswa dan Generasi Muda*, (Padang: Perusahaan Grafika Sumatra Barat, 1986).

Sudibyo, Agus "Masyarakat Warga dan Problem Keberadaban". *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 2010. 14 (1): 23–46. doi:10.22146/jsp.10947. ISSN 2502-7883.2010. diakses 14 April 2023.

Sudirdjo, Sudarsono, dkk, *Mozaik Teknologi Pendidikan*, (Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2004).

-------, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, (Yogyakarta: LKiS, 2009).

Suhandang, Kustadi, *Manajemen Pers Dakwah; Dari Perencanaan hingga Pengawasan*, (Bandung: MARJA, 2007. Cet. I).

Sulfan dan Mahmud, A. "*Konsep Masyarakat Menurut Murtadha Muthahhari (Sebuah Kajian Filsafat Sosial)*". Ilmu Aqidah. 4 (2): 269–284. doi:10.24252/aqidahta.v4i2.6012. ISSN 2615-3130.,2018.

Sukardi. *Metode Dakwah Dalam Mengatasi Problematika Remaja.* (Bandung: Alfabeta, 2014).

Sulastomo, "*Agama dan Budaya Perdamaian dalam Masyarakat Islam*", dalam Muhaimin (Ed.), *Damai di Dunia, Damai untuk Semua Perspektif Berbagai Agama*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Beragama Depag RI, 2004).

Sumandiria, A.S Haris., *Jurnalistik Indonesia* (Jakarta : Simbiosa Rekatama Media, 2005).

Sunaryo, *Psikologi Keperawatan*, (Jakarta: EGC, 2004).

Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang. Diakses 15/05.2023

Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).

Suryadinata,, Leo Evi Nurvidya Arifin, Aris Ananta; *Indonesia's Population: Ethnicity and Religion in a Changing Political Landscape*; (Institute of Southeast Asian Studies, 2003),

Suryadinata, Leo. *Pribumi Indonesians, the Chinese Minority, and China.* (Singapore: Heinemann Asia. 1992).

Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001).

Sutrisna, Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset. 2010).

Sutrisno, E., *Moderasi Dakwah di Era Digital dalam Upaya Membangun Peradaban Baru*. dalam *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam*, 1(1). 2020.

Suyanto, Bagong, *Masalah Sosial Anak*, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2010).

Spradley P. James. *Participant Observation and The Ethnographic Interview*. (Wadsworth Thomson Learning. 1980).

Stanley, Adi Prasetyo, *Kode Etik dan Persoalan Pers*. Makalah disampaikan dalam Uji Kompetensi Jurnalis (UKJ) Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Makassar, Hotel Remcy, 21 Juli 2017.

Struhar, C., *The Facebook Effect on the News. The Atlantic.* (2014, February 12). Retrieved March 6, 2018, from www.theatlantic.com/business/ archive/2014/02/the-facebook-effect-on- thenews/283746. Diakses 15/5/ 2023.

S.W, Earl, George "On The Leading Characteristics of the Papuan, Australian and Malay-Polynesian Nations". *Journal of the Indian Archipelago and Eastern Asia (JIAEA)* 1850.

Syahputra, Iswandi, *Jurnalisme Damai Meretas Ideologi Peliputan di area konflk*, (Yogyakarta: Pilar Media, 2006).

Syatha, Syekh Abu Bakar Muhammad, *Hasyiyah 'Ianatut Thalibin*, Juz III, tth.

T, A.J. Mah, Tomascik, *The Ecology of the Indonesian Seas–Part One.* (Hong Kong: Periplus Editions Ltd. 1997) ISBN 962-593-078-7. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2023-01-20. Diakses 14 Maret 2023.

Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*. (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997).

Tatapangarsa, Humaidi, *Pendidikan Agama Islam Untuk Mahasiswa*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2004).

Tatik, Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Remaja Posdakarya*, 2008).

Tebba, Sudirman, *Jurnalistim Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia. 2005).

Tejokusumo, Bambang "*Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*". Geo Edukasi. 3 (1): 38–43. ISSN 2550-1321.2014.

Thoha, Miftah, *Perilaku Organisasi, Konsep dan Aplikasinya*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada,2008).

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*,(Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014).

U. Al Faruq, & Novian, D. *Pendidikan Moderasi Beragama Sebagai perisai Radikalisme Di Lembaga Pendidikan*. dalam *Jurnal TAUJIH Jurnal Pendidikan Islam*, 14(01). 2021.

Ujaran Kebencian yang Membelah, Kompas, ed. Senin, 28 November 2016.

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2006 (PDF).diakses 20 April 2023.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers.

U., Ni'amah, L. & Putri, S. A. R. *Da'i dan Pemanfaatan Instagram: Tantangan Moderasi Dakwah di Era Digital.* dalam *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2). 2019, https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.264-290.

Usman, Nurdin, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum,* (Jakarta:Grasindo, 2002).

Wahidin, Samsul *Filter Komunikasi Media Elektronika,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006)

Al Walidah, Iffah, *Tabayyun Di Era Globalisasi Millenial* dalam *Jurnal Living Hadis* Vol.2 nomor 1, 2017.

Walgito, Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Andi Offset, 1994).

Which Countries Have The Most Islands?. World Atlas, 5 Oktober 2020. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2022-01-24. Diakses 19 April 2023.

Widi, Shilvina, *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023* Dataindonesia.id https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023. Diakses 15/03/2023.

Widjaja. *Ilmu Komunikasi Pengantar*, (Jakarta: Studi, Rineka Cipta. 2010).

Wirawan, *Kepemimpinan: Teori, Psikologi, Aplikasi dan Penelitian,* (Jakarta: Rajawali Press, 2010).

Ya'qub, Hamzah., *Publistik Islam: Teknik Dakwah Dan Leadership*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1992).

Yati, Rahmi, *We Are Social: Januari 2023, 64,4 Persen Populasi Dunia Gunakan Internet,* https://teknologi.bisnis.com/read/20230202/101/1624278/we-are-social-januari-2023-644-persen-populasi-dunia-gunakan-internet. Diakses 16/5/2023.

Yafie, Ali, *Khazanah Informasi Islam* (Pustakan Panji Mas, 1989).

Yuliani, Ayu, *Ada 800000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia.* Kominfo.go.id laman https://kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000- situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media Diakses 15/03/2023.

Yunus, Syarifudin, *Jurnalistik Terapan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010).

Yusuf, M. Yunan, *Kode Etik Dakwah* dalam *Dakwah; Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*, Vol. 4, No. 1, (Jakarta: Fakultas Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2003).

Zaidan, Abd. Al Karim, *Ushul at Dakwah,* (Beirut : Mu'assasah al Risalah, 1993).

Zakky, "*Pengertian Implementasi menurut Para Ahli, KBBI dan Secara Umum*" Agustus 27, 2018. https://www.zonareferensi.com/pengertian-implementasi/html. Diakses 14 April 2023.

Zubaidi, *Akhlak dan Tasawuf*, (Yogjakarta: Lingkar Media, 2015

PROFIL PENULIS

Retna Dwi Estuningtyas lahir di Gresik 02 Oktober 1976. Menyelesaikan S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam As-Syafi'iyah, S2 Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam As-Syafi'iyah, dan S3 Doktor Ilmu Dakwah di Universitas Islam As-Syafi'iyah dengan spesialisasi Jurnalistik Dakwah di Universitas Islam As-Syafi'iyah, saat ini tercatat sebagai Doktor pertama di bidang Jurnalistik Dakwah.

Sehari-hari berkegiatan sebagai dosen tetap di Fakultas Agama Islam Universitas Ibnu Chaldun Jakarta pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selain dikenal sebagai dosen, dikenal juga sebagai penulis, peneliti, dan reviewer beberapa jurnal nasional maupun international, dikenal pula sebagai jurnalis.

Beberapa buku sudah ditulis, termasuk novel, dan tulisan-tulisan di media online nasional.

Retna dapat dihubungi di email: reretnadwie@gmail.com

SELAMAT
&
SUKSES
Kepada :
Dr.Retna Dwi Estuningtyas, M.Kom.I
(Wakil dekan Fakultas Agama Islam Universitas Ibnu Chaldun Jakarta)
Atas pencapaian :
Gelar Doktor
Dakwah
Di Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta
UIC_Jakarta
uicjakarta_official
uicjakarta
WWW. UIC.AC.ID

ISSN 2621-4938
e-ISSN 2621-4946

THE INTERNATIONAL JOURNAL OF

PeGON

ISLAM NUSANTARA CIVILIZATION

UNIVERSITAS IBNU CHALDUN
Y.P.P.I.C.
JAKARTA

JURNALISTIK DAKWAH
DALAM PERSEPSI
ISLAM

Selama ini dakwah hanya dipahami sebatas tabligh dan pengajian, baik di Masjid, Mushala, Majelis Taklim, dan lain sebagainya. Padahal secara teoritis, dakwah memiliki pengertian luas dengan cakupan objek yang sangat luas pula. Dalam konsep dakwah, secara teoritis bentuk dakwah terbagi pada tiga bagian besar dengan pendekatan yang sesuai dengan obyek dakwah tersebut. Ada dakwah bil lisan, yakni penyampaian pesan atau ajaran Islam melalui media masa dan media sosial seperti koran, majalah, bulletin, facebook, whatsaap, instagram, televisi, radio, dan lain sebagainya. Dan ada pula yang disebut dakwah bil hal yakni dakwah yang mampu memberdayakan masyarakat melaui potensi yang dimilikinya.

Dalam dunia jurnalistik, ada yang dikenal terbaru yaitu jurnalistik Islam atau jurnalistik dakwah. Adapun kegiatannya tentu tidak jauh berbeda dengan jurnalistik yang umumnya kita kenal. Jurnalistik islami atau jurnalistik dakwah sendiri adalah proses meliput, mengolah dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari Alquran dan Sunnah. Jurnalistik Islami memiliki peluang strategis membangun opini masyarakat yang berorientasi pada pemberitaan tentang ajaran Al-Quran dan Sunnah sebagai sumber stimulus memperbaiki akidah, syariah dan akhlak. Ini menjadi peluang bagi jurnalis Islam dalam pengembangan dakwah masa depan.

MAFY media literasi INDONESIA

PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA
ANGGOTA IKAPI 041/SBA/2023
Email : penerbitmafy@gmail.com
Website : penerbitmafy.com
FB : Penerbit Mafy

JURNALISTIK
ISBN 978-623-8575-69-5
9 786238 575695